

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TESIS DE GRADO
“Ingeniería”

TEMA:

“Estudio del Desarrollo Turístico de los senderos Vilatuña y Cóndor
Machay”

AUTOR: Isabel Gutiérrez Arellano.

Director de Tesis:

Ing. José Unda Duque

.....

CALIFICACIÓN.....

Quito – Ecuador
2007 - 2008

Dedicatoria:

A mi madre, este es un triunfo de las dos, por tu esfuerzo, amor y lucha eres un ejemplo.

A mi hermano, por su cariño y confianza en mí.

A mi padre, que desde el cielo me da la seguridad para seguir adelante.

A mi novio, por su amor sincero y apoyo.

Agradecimiento:

A mi madre, gracias por darme la oportunidad de crecer.

A mi familia, Negro, Fernando, gracias por su apoyo.

Pedro, por ser un pilar fundamental en este camino que recién empieza.

A mis amigas, Sofi, Gaby, Vero son incondicionales.

A mis profesores, por su proactividad en cada clase.

Pero en especial a José Unda por su paciencia y amistad, a Roberto Unda, Flavio Coello, Rodrigo Irigoyen, todo lo aprendido ténganlo por seguro lo cristalizaré no sólo en mi vida profesional sino también en mi vida personal.

A la Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui, Patricio Rodríguez, Martín Goyez, José Mejía.

Victor Hugo Alcocér, Osvaldo Leime, gracias por compartir sus conocimientos.

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	1
Agradecimiento	2
INTRODUCCIÓN.....	3
INTRODUCTION	4
Capítulo 1 Generalidades	5
1.1 Antecedentes.....	5
1.2 Planteamiento Problema	6
1.2.1 Formulación.....	6
1.3 Objetivos del Estudio	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2 Objetivo Específico	6
1.4 Justificación de la Investigación	7
1.5 Datos Generales	8
1.5.1 Cascadas en el Mundo	8
A) Cataratas del Niágara.....	8
B) Iguazú	10
C) Salto del Ángel	12
1.5.2 Cascadas en el Ecuador	12
A) Cascada de San Rafael.....	12
B) Pailón del Diablo	13
C) Cascada Manto de la Novia	14
D) Cascada de Peguche.....	15
E) Cascada Cabellera de la Virgen	16
1.5.3 Cantón Rumiñahui.....	17
1.5.3.1 División Política	17
1.5.3.2 Orografía.....	18
1.5.3.3 Hidrografía.....	18
1.5.3.4 Clima.....	19
1.5.3.5 Atractivos Turísticos del Cantón	19
1.5.4 Características de la Zona del Proyecto.....	21
1.5.4.1 Localización.....	21
1.5.4.2 Barrios.....	21
1.5.4.3 Superficie	21

1.5.4.4 Accesibilidad	21
1.5.4.5 Altura	22
1.5.4.6 Zona de Vida.....	22
1.5.4.7 Hidrografía.....	22
1.5.4.8 Clima.....	22
1.5.4.9 Precipitación	22
1.5.4.10 Historia	23
1.5.4.11 Actividad turística en Rumipamba	24
1.5.5 Información de las Cascadas	24
1.5.5.1 Cascadas de Vilatuña	24
1.5.1.1 Altura	25
1.5.5.2 Cascada Cóndor Machay	25
1.5.2.1 Altura	26
1.5.5.3 Flora y Fauna	26
1.5.5.4 Atractivos Turísticos Cercanos.....	27
A) Chorrera del Pita.....	28
B) Paschoa	29
C) Cascada de Padre Urco	31
D) Refugio El Cóndor.....	32
E) Hacienda Santa Rita	33
Capítulo 2 Estudio de Mercado	35
2.1 Objetivos	35
2.1.1 Objetivo General	35
2.1.2 Objetivos Específicos	35
2.2 Antecedentes.....	36
2.2.1 Actividad turística a nivel Mundial	36
2.2.2 Actividad turística en el Ecuador.....	36
2.2.3 Actividad turística en Proyecto Ruta Cascadas	37
2.3 Estudio de la Demanda	38
2.3.1 Técnicas de investigación.....	38
2.3.2 Análisis del perfil del consumidor a captar	39
2.3.2.1 Afluencia de Demandantes	39
2.3.2.2 Temporada estacionalidad de la demanda	39
2.3.2.3 Segmentación del mercado	40
2.3.2.3.a Criterios de segmentación	40
2.3.2.4 Muestreo	40
2.3.2.4.a Proceso de diseño de muestreo	40
2.3.2.4. b Fórmula para determinar la muestra	42
2.3.2.5 Proceso del método de investigación.....	43
2.3.2.5.a Modelo de la encuesta	43

2.3.2.5.b Tabulación y Análisis de los resultados.....	46
2.4. Análisis de la Oferta	67
2.4.1 Oferta sustitutiva.....	68
2.4.2 Competencia Directa	68
2.4.2.1 Factores para clasificarlos como competencia directa.....	68
2.4.2.2 Características de la Competencia Directa	69
2.4.3 Conclusiones del análisis de la competencia.....	76
2.5 Determinación del Mercado Objetivo	77
2.6 MARKETING MIX	78
2.6.1 Definición del Producto.....	78
2.6.1.1 Descripción Del Producto	79
2.6.2 Precio	89
2.6.3 Plaza.....	91
2.6.4 Promoción.....	92
2.6.5 Personas	95
2.6.6 Procesos	96
2.6.7 Evidencia Física.....	97
2.7 Conclusiones del Estudio de Mercado	98
Capítulo 3 Gestión del Proyecto.....	99
3.1 Objetivos.....	99
3.1.1 Objetivo General.....	99
3.1.2 Objetivos Específicos	99
3.2 Introducción.....	99
3.3 ESTUDIO LEGAL	100
3.3.1 Parámetros Legales.....	100
3.3.1.1 Legalidad de la operación de los senderos	101
3.3.1.2 Constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada.....	102
3.3.1.2. a Proceso de Constitución de una Compañía Limitada	102
3.3.1.2. b Características Compañía Limitada	103
3.3.1.2. c Capital	103
3.3.1.3 Permisos de funcionamiento.....	104
3.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	106
3.4.1 Organización para la gestión	106

3.4.1.1 Grupos de Trabajo locales para la Gestión de la ruta de Cascadas	106
3.4.1.2 Oportunidades para la comunidad	107
3.4.1.3 Capacitaciones a considerar	107
3.4.2 Organigramas	110
3.4.2.1 Organigrama Departamentos	110
3.4.2.2 Organigrama por Puestos.....	111
3.4.3 Áreas de Gestión.....	112
3.4.3.1 Manejo del Área Administrativa.....	112
3. 4.3.2 Manejo del Área de Ventas	113
3. 4.3.3 Área de Guianza.....	114
3. 4.3.4 Área de Mantenimiento y Soporte	115
3. 4.3.5 Área de Contabilidad.....	116
3.4.4 Horarios de Trabajo	116
3.4.5 Sueldos y Salarios.....	117
3.4.5.1 Aporte Patronal al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) .	117
3.4.5.2 Décima Tercera Remuneración	118
3.4.5.3 Décima Cuarta Remuneración	118
3.4.5.4 Fondo de Reserva	119
3.4.5.5 Vacaciones	119
3.4.5.6 Costos Anuales por Sueldos y beneficios	120

Capítulo 4 Estudio Ambiental..... 121

4.1 Objetivos.....	121
4.1.1 Objetivo General.....	121
4.1.2 Objetivos Específicos	121
4.2 Introducción.....	121
4.3 Gestión Ambiental.....	122
4.3.1 Estudio de Impacto Ambiental	123
4.3.1.1 Capacidad de Carga y Metodología de Límites Aceptables de Cambio (LAC)	123
4.3.1.2 Identificación de los potenciales impactos ambientales	123
4.3.1.3 Plan de Manejo Ambiental	124
4.3.1.3.a Indicadores Biofísicos	125
4.3.1.3.b Indicadores Sociales turísticos experienciales	132
4.3.1.3.c Indicadores Económicos	133
4.3.2 Educación Ambiental.....	133

Capítulo 5 Estudio Financiero	136
5.1 Inversión Inicial del Proyecto y Financiamiento	136
5.1.1 Inversión Inicial	137
5.1.2 Capital de Trabajo.....	139
5.1.2.a Gastos Operativos	139
5.2 Balance de Situación Inicial	142
5.3 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	143
5.3.1 Ingresos.....	143
5.3.2 Egresos.....	145
5.3.2.1 Depreciación	145
5.3.2.2 Amortización.....	145
5.3.2.3 Egresos por senderos.....	146
5.4 Flujo de Efectivo	149
5.5 Métodos Alternativos para la Evaluación de Proyectos	150
5.5.1 PERÍODO DE RECUPERACIÓN	150
5.5.2 VAN (Valor Actual Neto)	150
5.5.3 TIR (Tasa Interna de Rendimiento)	152
5.5.4 CB (Costo Beneficio)	152
5.6 Punto de Equilibrio.....	153
 Capítulo 6 Conclusiones y Recomendaciones.....	 156
6.1 Conclusiones.....	156
6.2 Recomendaciones	158
 Bibliografía.....	 159
Anexos.....	161

INDICE DE CUADROS

CAPÍTULO I

Cuadro No 1.1 Flora de la zona del Proyecto.....	26
Cuadro No 1.2 Fauna de la zona del Proyecto	27

CAPÍTULO II

Cuadro No 2.1 Ubicación del Turismo en la Economía	36
Cuadro No 2.2 Precios que se manejan en la actualidad en los senderos.....	38
Cuadro No 2.3 Población Total Ecuador y Provincia de Pichincha	39
Cuadro No 2.4 Población Económicamente Activa del Cantón Quito	41
Cuadro No 2.5 Población Económicamente Activa del Cantón Rumiñahui.....	41
Cuadro No 2.6 Población Objetivo al 2001.....	41
Cuadro No 2.7 Proyecciones: Población Objetivo al 2007	42
Cuadro No 2.8 Datos Fórmula Tamaño de la Muestra.....	42
Cuadro No 2.9 Pregunta Filtro	46
Cuadro No 2.10 Aceptación del Proyecto	47
Cuadro No 2.11 Precio	47
Cuadro No 2.12 Distancia	48
Cuadro No 2.13 Seguridad	49
Cuadro No 2.14 Diversión.....	50
Cuadro No 2.15 Atracciones	51
Cuadro No 2.16 Transporte	52
Cuadro No 2.17 Frecuencia	54
Cuadro No 2.18 Restaurante.....	54
Cuadro No 2.19 Guianza	55
Cuadro No 2.20 Camping.....	56
Cuadro No 2.21 Picnic	56
Cuadro No 2.22 Parqueo	57
Cuadro No 2.23 Rappel	58
Cuadro No 2.24 Cabalgatas.....	58
Cuadro No 2.25 Ciclismo	59
Cuadro No 2.26 Competencia	60

Cuadro No 2.27 Nombre Competencia	61
Cuadro No 2.28 Medios de Comunicación	62
Cuadro No 2.29 Pago	63
Cuadro No 2.30 Edad	63
Cuadro No 2.31 Sexo	64
Cuadro No 2.32 Precios senderos de cascadas Mindo	73
Cuadro No 2.33 Competencia Directa.....	75
Cuadro No 2.34 Presupuesto Área de Camping	83
Cuadro No 2.35 Oferta Alimentos y Bebidas en Paradero Cóndor Machay	84
Cuadro No 2.36 Presupuesto Rappel o Canyoning	87
Cuadro No 2.37 Presupuesto Cabalgatas.....	88
Cuadro No 2.38 Presupuesto Biking	89
Cuadro No 2.39 Precio Senderos.....	89
Cuadro No 2.40 Precios Servicios.....	90
Cuadro No 2.41 Precios actividades Complementarias.....	91
Cuadro No 2.42 Presupuesto de Marketing.....	95

CAPITULO III

Cuadro No 3.1 Aportaciones de los socios.....	104
Cuadro No 3.2 Gastos de Constitución de la Compañía	105
Cuadro No 3.3 Cuadro de Capacitación	109
Cuadro No 3.4 Costos Anuales por Aporte Patronal IESS 12,15%	118
Cuadro No 3.5 Costos Anuales por Décimo Tercero	118
Cuadro No 3.6 Costos Anuales por Décimo Cuarto Sueldo	119
Cuadro No 3.7 Costos Anuales por Fondos de Reserva.....	119
Cuadro No 3.8 Costos Anuales por Vacaciones.....	119
Cuadro No 3.9 Costos Anuales por Sueldos	120
Cuadro No 3.10 Costos Anuales por Beneficios	120

CAPITULO IV

Cuadro No 4.1 Matriz de Satisfacción al Cliente	133
---	-----

CAPITULO V

Cuadro No 5.1 Gastos de Constitución	137
Cuadro No 5.2 Inversión Inicial Publicidad	137
Cuadro No 5.3 Costo Equipos de Oficina	137
Cuadro No 5.4 Costo Por Equipos de Computación	137
Cuadro No 5. 5 Costo por muebles y enseres.....	138
Cuadro No 5.6 Extras	138
Cuadro No 5.7 Costo Equipos Actividades complementarias.....	138
Cuadro No 5.8 Equipamiento Área de Camping y Picnic.....	138
Cuadro No 5.9 Inversión Inicial	139
Cuadro No 5.10 Servicios Básicos	140
Cuadro No 5.11 Suministros de Oficina.....	140
Cuadro No 5.12 Útiles de Limpieza	140
Cuadro No 5.13 Arriendo Local Comercial	140
Cuadro No 5.14 Sueldos y Salarios	141
Cuadro No 5.15 Gastos Publicidad	141
Cuadro No 5.16 Capital de Trabajo.....	141
Cuadro No 5.17 Balance de Situación Inicial	142
Cuadro No 5.18 Aceptación del Producto	144
Cuadro No 5.19 Ingresos Totales	144
Cuadro No 5.20 Depreciación Activos Fijos.....	145
Cuadro No 5.21 Amortización Activos Intangibles	146
Cuadro No 5.22 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	147
Cuadro No 5.23 Flujo de Efectivo.....	149
Cuadro No 5.24 Flujo Neto de Efectivo Acumulado	150
Cuadro No 5.25 Costos Fijos y Variables	154

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un paraíso natural y cultural, siendo uno de los países más pequeños de Sudamérica es uno de los más mega diversos del mundo. El Ecuador tiene los recursos necesarios para ser un destino competitivo en el mundo, lo que se debe mejorar es la calidad del servicio, mejorar los productos existentes y promocionar nuevos destinos.

La provincia de Pichincha es poseedora de gran variedad de atractivos turísticos, aunque muchos de ellos son desconocidos por la mayoría de la población de esta provincia.

El Cantón Rumiñahui es un destino turístico poco explotado, aquí se pueden encontrar desde haciendas de siglos pasados hasta varias caídas de agua de toda forma y altura.

En la parroquia rural de Rumipamba, Cantón Rumiñahui, han vivido personajes legendarios, por la cual han circulado personajes muy importantes de nuestra historia y la cual formó parte del gran camino inca o “Ingañan”.

La cascadas de Vilatuña y Cóndor Machay son un atractivo turístico muy interesante ya que poseen gran diversidad de cascadas y se observa aquí gran potencial turístico debido a no sólo su gran belleza paisajística y cercanía con atractivos como el Cotopaxi, uno de los destinos más importantes del Ecuador, sino también a la cercanía de este atractivo con poblados urbanos; además está la oportunidad de empezar un proyecto estudiando experiencias pasadas, entorno externo, desde un enfoque general y efectivo que muchos destinos en el Cantón no han tenido la oportunidad de analizar por falta de información en el momento de su creación como producto.

La elección de este destino como objeto de estudio se ve sustentada en la necesidad de la Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui de crear un proyecto que abarque todos los elementos necesarios para convertir a estos dos senderos de cascadas en un destino competitivo, con todos los servicios necesarios, observando obviamente las potencialidades de la zona.

Varios son los elementos que se deben considerar para lograr que un destino sea competitivo, es por esta razón que en el presente proyecto se investigarán las características que debe poseer el producto a ser ofertado en base a los requerimientos del mercado meta; se estudiará el mejor modelo de la gestión del área para que todas las partes involucradas se vean beneficiadas, además de que se planteará un modelo de gestión basado en parámetros de sostenibilidad, para lograr el disfrute de los recursos naturales incentivando a conservarlos.

Se analizará la rentabilidad del proyecto, considerando factores que incluyan no sólo fórmulas numéricas sino que se sustentarán a través del análisis de los indicadores financieros que se considerarán.

INTRODUCTION

Ecuador is a natural and cultural Paradise, Ecuador is the smallest country in South America however is probably one of the most diverse countries in the world; having the necessary resources to be competitive with the rest of the world, to accomplish this, it must improve the quality of the service industry as well as the quality of the existing products and explore new and diverse avenues.

The Pichincha Province possesses a great variety of tourist attractions, unfortunately most of these are not known by the vast majority of the population of this Province.

Rumiñahui County is a tourist destination that has not been exploited to the fullest, in this County there are many “Haciendas” dating several centuries old, as well as many water falls of different forms and height.

In the rural Rumipamba Parish, Rumiñahui County, there have been many very important legendary people in our history, which has formed the great Inca or “Ingañan” road.

The Vilatuña and Condor Machay cascades are a very interesting tourist attraction because they possess a great diversity of water falls; there is a great tourist potential not only for the beautiful landscape, but also due to the proximity to the Cotopaxi, one of the most important destinations in Ecuador as well as the picturesque towns that are close by; also, there is an opportunity to begin a project learning from past experiences and external habitat from a different point of view, because, many in the County had not have the opportunity to analyzed due to the lack of information.

The future of this subject or study depends on the Rumiñahui County office of tourism that must create a project that will embark all the necessary elements to convert these water falls in a competitive future with all the necessary utilities, while observing the area potential.

Several elements should be considered to prepare for a competitive future; it is for this reason that this project must possess certain characteristics, to meet the necessary requirements to take this project to market. It will be necessary to take the best model for the area, for the benefit of every one involved. Furthermore the study must contain parameters so people may enjoy all the natural resources, and to make sure to have incentives to conserve for future generations.

In addition a budget should be done for the project to assure it self sufficiency.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES:

Este proyecto busca desarrollar turísticamente una ruta de cascadas, denominadas como “ruta” debido a la gran variedad en cuanto al número de cascadas que existen en estos dos senderos que se busca promocionar.

Las cascadas se encuentran ubicadas en la Parroquia de Rumipamba, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha.

Observando el gran potencial turístico de la zona: Ubicación cercana a grandes poblados urbanos, biodiversidad de la zona, paisajes típicos de serranía ecuatoriana, cercanía con otros atractivos, se busca dar a conocer el lugar, que no ha sido difundido a gran magnitud, sino que más bien pocos conocen y lo han visitado por referencias de conocidos mas no por medios publicitarios.

En el presente capítulo se analizará la situación actual de este tipo de atractivos a nivel mundial y a nivel nacional para observar el desempeño turístico de estos destinos, que atraen gran número de visitantes debido a la belleza natural que proyectan. Posteriormente es importante investigar las características del Cantón en el que están ubicadas las cascadas para obtener un panorama general natural y cultural, con el objeto de determinar si éste puede convertirse en un destino turístico importante a nivel nacional e internacional y por último se analizará las características naturales, culturales de la zona del proyecto con el objetivo de obtener información adecuada para presentar un proyecto turístico competitivo.

1.2 PLANTEAMIENTO PROBLEMA:

La actividad turística es una actividad que aporta de gran manera para el desarrollo de los países, es así como ésta aporta para la generación de empleos directos e indirectos además de que es una de las principales actividades generadoras del PIB a nivel mundial.

En el Ecuador existen varios destinos atractivos tanto para turistas nacionales como para turistas extranjeros, lamentablemente no se impulsa el estudio de nuevos proyectos turísticos que tienen muchas potencialidades turísticas como es el caso de los dos senderos objeto de este estudio, que con todo el potencial para convertirse un destino competitivo no tienen la oportunidad de desarrollarse por falta de iniciativa pública y privada.

1.2.1 FORMULACIÓN:

Será factible desarrollar turísticamente la ruta de las cascadas ubicadas en el Sector de Rumipamba, Cantón Rumiñahui.

1.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

1.3.1 Objetivo General:

- Estudiar como desarrollar turísticamente la ruta de las cascadas ubicadas en el Sector de Rumipamba, Cantón Rumiñahui, de manera que se fomenten las visitas al sitio, se generen ingresos para la población del sector y para el cantón, promoviendo la conservación del recurso.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Investigar acerca de todas las características naturales y culturales que posee el atractivo, además de analizar los servicios de destinos similares nacionales e internacionalmente, para que dicha información sea la base del camino hacia la creación de un destino completo.

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer efectivamente las características del producto en base a los requerimientos del mercado objetivo, además de estructurar un plan de marketing, para que en base a estrategias de mercado se pueda posesionar al producto y convertirlo en un destino competitivo.
- Establecer el modelo de gestión para el proyecto con la finalidad de definir la conformación del mejor equipo de trabajo y como estarán distribuidas las responsabilidades, a fin de conseguir la calidad del servicio la esperada.
- Evaluar los posibles impactos provenientes de la actividad turística, para mitigar y prevenir los mismos, en base a un plan de manejo que involucre a todos los actores.
- Realizar un estudio financiero que permita analizar la inversión del proyecto, métodos de evaluación de proyectos y proyecciones para determinar si la creación del proyecto producirá o no rentabilidad.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

Al conocer Rumipamba se pueden crear varias sensaciones, al visitarlo se puede observar a simple vista que tiene muchas potencialidades turísticas, y que su gente tiene bastante predisposición para colaborar con el desarrollo turístico del sector, desde temprana edad todos quieren guiar y participar.

Por otro lado se busca aportar de la mejor manera para el desarrollo del departamento turístico del cantón, colaborando con un proyecto que se ha anhelado su impulso desde hace mucho tiempo, pero que por falta de recursos no se ha podido concretar.

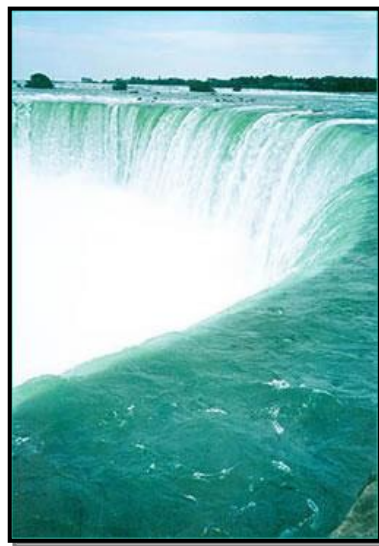
Este proyecto tiene varios beneficiarios además de los participantes en la creación y producción del producto, están los clientes que gozarán de una nueva alternativa de turismo ecológico, para los fines de semana.

1.5 DATOS GENERALES:

1.5.1 Cascadas en el Mundo:

“Cascada, o salto de agua, descenso súbito de una corriente de agua o río sobre un declive empinado de su lecho, a veces en caída libre. El término catarata se aplica a cascadas de gran tamaño. Se puede restringir el término cascada a los saltos de agua que, al caer, no pierden el contacto con el lecho de la corriente; es el caso de los mayores saltos de agua.”¹

- **CATARATAS DEL NIÁGARA**



Cataratas del Niágara

Fuente: www.sgi.org

Las **cataratas del Niágara** son un grupo de cascadas situadas en el río Niágara en la zona oriental de Norteamérica, en la frontera entre los Estados Unidos y Canadá.

Comprenden tres cataratas: Las «cataratas canadienses» (Ontario), las cataratas americanas» (Nueva York) y las más pequeñas, las «cataratas Velo de Novia». Aunque no tienen una gran altura, son amplias, y tienen el mayor volumen de América del Norte.

Las raíces históricas de las cataratas del Niágara se encuentran en la glaciación de Wisconsin. «Niágara» es originario de una palabra iroquesa que significa «trueno de agua».

¹ Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005

Son un sitio de turismo compartido por las ciudades de Niagara Falls (Nueva York) y Niagara Falls (Ontario).

Aporte para la sociedad:

Descubiertas por colonizadores europeos se han hecho muy populares, no sólo por su belleza sino también por ser una fuente de energía y un gran proyecto de conservación medioambiental.

Aportan electricidad a poblaciones locales aledañas tanto de Canadá como de Estados Unidos como a la importante ciudad de Buffalo.

En la actualidad existen grandes esfuerzos por preservar la belleza natural de las cataratas debido al deterioro que se está produciendo por la erosión como resultado del desvío de grandes cantidades de agua para las plantas hidroeléctricas. Estos esfuerzos incluyen la disminución de la desviación del agua.

Otro esfuerzo de conservación fue la creación de Parques Nacionales para la adecuada preservación del entorno natural, tratando de conseguir un desarrollo sostenible.

Por otro lado han sido el punto de partida para la creación de varios negocios locales, aeropuertos internacionales, generando un gran número de fuentes de empleo e incluso la construcción de una importante universidad canadiense: La Universidad del Niágara.

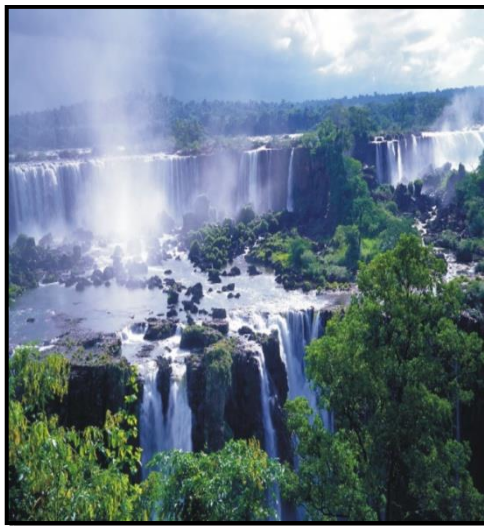
Turismo en las cataratas del Niágara:

La belleza natural de las cataratas ha provocado el interés de varios productores de cine e incluso de televisión, por lo que se han filmado varias escenas en este paraje natural, por lo que la popularidad del mismo se incremento después de estrenadas estas películas.

Con el desarrollo del turismo internacional, las visitas anuales superaron los 14 millones de turistas en el año 2003.

La actividad turística en las cataratas esta marcada por una gran concentración de turistas en la época de verano. Se han modificado varios elementos para crear distracciones a los turistas que las visitan:

- En el lado canadiense por ejemplo la iluminación artificial de las cataratas después del ocaso.
- En el Parque Reina Victoria, existen plataformas en las que se observa una espectacular vista de las cataratas estadounidenses y canadienses, también existen senderos que desembocan en observatorios en los que se tiene la ilusión de estar debajo de las cataratas.
- En cuanto al lado estadounidense, se puede observar a las cataratas desde el Parque Prospect, en el cual existe una torre de observación para las mismas. También existen excursiones hacia un punto debajo de la caída de agua denominada “Velo de Novia”. Están también tour guiados en buses como el Niagara Scenic Trolley.
- Existen también cruceros encargados de hacer recorridos por debajo de las cataratas: Los cruceros Maid of the Mist llevan pasajeros por debajo de las cataratas.
- Otro elemento de recreación es el Spanish Aerocar, es un cablecarril que lleva pasajeros desde el lado canadiense hasta debajo de las cataratas.
- Otras atracciones incluyen visita a viñedos, casinos, festivales de teatro.
- **IGUAZU:**



Cataratas de Iguazú

Fuente: www.amazingperu.com

Cataratas que trazan la frontera entre Argentina, Brasil y Paraguay. Su altura varía entre 60 y 80 metros.

Estas cataratas se encuentran ubicadas dentro del Parque Nacional do Iguazu, el mayor de Brasil, que limita con el Parque Nacional Iguazú (Argentina).

A unos 25 km de la unión del río Iguazú con el Paraná se encuentran las famosas cataratas del Iguazú, que, con más de 270 cascadas, superan en tamaño a las cataratas del Niágara.

Durante la época seca se forman dos crestas de agua, cada una de 732 m de anchura, que en la época de lluvias se unen para formar una enorme catarata de unos 3 km de largo. Un 30% de las mismas se extienden en el territorio de Brasil y un 70% en el de Argentina. Los Saltos Unión, General San Martín, Bosetti, Dos Hermanas y otros son los más importantes.

Turismo en las cataratas de Iguazú:

En estas famosas cataratas se puede realizar una serie de actividades turísticas, que atraen a turistas durante todo el año, como:

- Paseos náuticos.
- Visitas a comunidades guaraníes.
- Senderismo.
- Mountain bike (Ciclismo de montaña).
- Cabalgatas por la selva
- Bird-Watching (Observación de aves), en esta actividad existen dos opciones: Birding: por distintos ambientes y avistaje de especies raras y amenazadas.
- Safaris fotográficos en la selva misionera.
- En la región se practica tanto la pesca en bote como desde la costa
- Visitas a las Cataratas durante las noches de luna llena, y
- En cuanto a turismo de aventura: se combinan travesías en vehículos 4x4, trekking, cannopy y rappel en las inmediaciones del Parque Nacional Iguazú.

- **SALTO DEL ÁNGEL:**



Salto del Ángel

Fuente: turcon.blogia.com

Catarata que se localiza al sureste de Venezuela, situada en el río Churún, afluente del Carrao. Es la catarata ininterrumpida más alta del mundo, su caída es de 979 m desde la mesa de Auyan Tepuy, en las selvas del macizo de las Guayanas. Se encuentra dentro del Parque Nacional Canaima. Fue descubierta en 1937 por el aviador estadounidense James C. Ángel.

Turismo en las cataratas del Salto del Ángel:

Debido a la ubicación de la cascada, se realizan las siguientes actividades:

- Sobrevuelos en aviones de visión panorámica.
- Excursiones en embarcaciones denominadas “curiaras” (botes) recubiertas con fibra de vidrio que ofrecen mejor resistencia al agua, combinándose con caminatas que llegan a la base de la cascada, excursiones que generalmente duran dos o tres días.

1.5.2 Cascadas en el Ecuador:

A) CASCADA DE SAN RAFAEL:



Cascada de San Rafael

Fuente: www.uct.edu.ec

Datos Generales:

Ubicación: Provincia de Napo y Sucumbíos.

Es una espectacular caída de agua del río Quijos de 160 metros de altura.

Se puede observar con frecuencia gran variedad de aves como el gallito de la peña.

Servicios Generales:

Además de las visitas a la cascada, es posible alojarse en un campamento privado: San Rafael Lodge, que ofrece también excursiones hacia el volcán Reventador, bosque primario y hacia la cascada.

B) PAILÓN DEL DIABLO:



Pailón del Diablo

Fuente: www.baniosadn.com.ec

Datos Generales:

Ubicación: Provincia de Tungurahua.

Está formada por las aguas del Río Verde; su nombre se debe a la formación similar de una paila y además cuando se la observa desde el puente colgante, en la roca se divisa la cara del diablo.

Servicios Generales:

Se encuentra ubicada a 18 kilómetros en la vía Baños – Puyo, en la parroquia de Río Verde, desde donde se debe tomar un sendero y en caminata de 20 minutos para poder llegar a la cascada.

Cuenta con servicio de un bar – restaurante que ofrece el servicio de alimentación, y al otro lado del puente colgante se encuentra una pequeña hostería, que ofrece el servicio de alojamiento.

C) CASCADA MANTO DE LA NOVIA:



Manto de la Novia

Fuente: www.baniosadn.com.ec

Datos Generales:

Ubicación: Provincia de Tungurahua.

Está formada con las aguas del Río Chinchín, su nombre se debe a que la blancura de sus aguas se asemeja a un manto de novia.

Está ubicada a 11 kilómetros en la vía Baños – Puyo.

Servicios generales:

Se puede llegar al pie de la cascada en una caminata aproximada de 30 minutos. También se la puede observar al cruzar la tarabita, la misma que conduce al caserío de Chinchín, desde donde también se puede caminar hacia la cascada.

En el lugar se puede encontrar pequeños negocios con servicios básicos y junto a la cascada se encuentra una pequeña hostería con servicios de alojamiento y alimentación.

D) CASCADA DE PEGUCHE:



Cascada de Peguche
Fuente: www.otavalo.gov.ec

Datos Generales:

Ubicación: Provincia de Imbabura

Situada al extremo nororiental de la ciudad de Otavalo, es un hermoso salto de agua de 18 m de altura, está formado por aguas del río Peguche que nace en el lago San Pablo, luego del salto el río cambia de nombre a Jatun Yacu (agua grande). Se encuentra ubicado a tres kilómetros de la ciudad de Otavalo.

Servicios generales:

El atractivo principal de la zona además de la belleza paisajística de esta cascada es el valor cultural que tiene la misma pues para los indígenas que habitan en el sector este recurso les provee de energía para las actividades cotidianas y además es un elemento fundamental para la preparación de varias de sus festividades populares y es que acuden antes de las festividades para realizarse un baño y prepararse espiritualmente para tan larga jornada de fiestas.

Entre las actividades que se pueden realizar están:

Senderismo; Ciclismo de Montaña; Baño espiritual; compra de artesanías,

E) CASCADA CABELLERA DE LA VIRGEN:



Cascada Cabellera de la Virgen:

Fuente: www.baniosadn.com.ec

Datos Generales:

Ubicación: Provincia de Tungurahua.

Esta cascada nace en el cerro de Bellavista, es la única en el país que se encuentra en la zona urbana y se la puede admirar desde cualquier sitio de la ciudad.

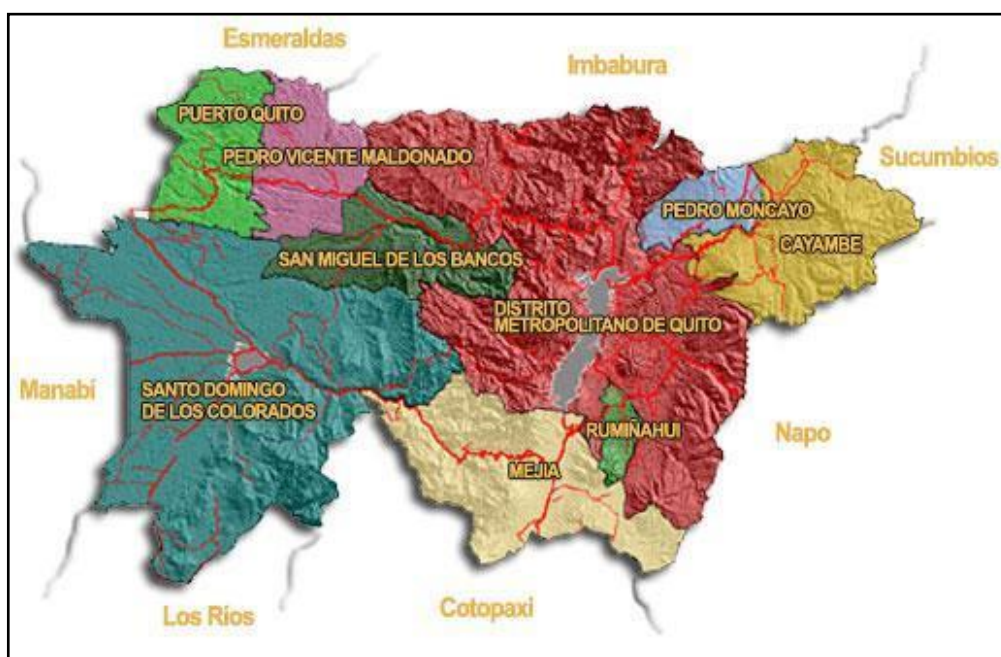
Servicios generales:

Como atractivo complementario tenemos las Termas de la Virgen, las mismas que se encuentran junto a la cascada. En cuanto al servicio de alimentación, están los puestos de comidas típicas que se encuentran junto a las Termas de la Virgen.

1.5.3 Cantón Rumiñahui:

El proyecto se encuentra localizado en el Cantón Rumiñahui en la Provincia de Pichincha.

El Cantón Rumiñahui o Valle de los Chillos como comúnmente se conoce a gran parte de su territorio, basa su nombre en “Chillo” o maíz ya que los indígenas que habitaban estas tierras cultivan principalmente este producto; otra leyenda que se repite es la que habla de que existe un pájaro choglero que vive en los maizales y produce un sonido “chillo”, “chillo”.



Cantones Provincia de Pichincha

Fuente: p.vtourist.com

1.5.3.1 División Política

El cantón está dividido en 5 parroquias: las tres primeras son parroquias urbanas y las dos siguientes rurales:



División Política

Fuente: www.ruminahui.gov.ec

San Rafael	2 Km ²
San Pedro de Taboada	4 Km ²
Sangolquí	49 Km ²
Cotogchoa	34 Km ²
Rumipamba	40 Km ²

1.5.3.2 Orografía:

El cantón está ubicado en el Valle de los Chillos, rodeado de regiones naturales como el cerro Llano del norte; las laderas y las estribaciones de los cerros Pasochoa y Sincholagua al sur; las pendientes exteriores de la Cordillera Central de los Andes, además de la loma de Puengasí que es la que separa a Quito del Valle de los Chillos al oeste.

1.5.3.3 Hidrografía:

La Humedad del Cantón es acrecentada por varios ríos : San Nicolás, Capelo, Santa Clara, Tinajillas, Sambache, Cachaco, Pita y el río San Pedro, éste último es considerado como el más importante de la Hoya de Guayllabamba, para luego pasar a formar parte del Río Esmeraldas.

1.5.3.4 Clima:

El clima en el Cantón Rumiñahui es templado y propicio para la agricultura. Los solsticios de verano e invierno se presentan de junio a septiembre, y se caracteriza por una sequía prolongada y por fuertes vientos; los meses de mayores precipitaciones son por lo general marzo, abril y octubre.

Dentro del valle y las laderas y estribaciones del Pasocha, el clima del cantón varía entre 8 y 26 °C. El mes que presenta más altas temperaturas es octubre con 26.1 °C y el mes más frío es julio con 12 °C. Esto está en contraste con los días más soleados que presenta el mes de julio. Los días con más nubosidad son los meses de octubre a marzo.

La pluviosidad del cantón presenta en general precipitaciones torrenciales y continuas; el mes de mayor precipitación es marzo y julio el mes más seco.

1.5.3.5 Atractivos Turísticos del Cantón:



Fiesta del Maíz y del Turismo

Fuente: Isabel Gutiérrez

Rumiñahui es un cantón que cuenta con gran variedad de atractivos naturales y culturales. Entre los principales atractivos culturales encontramos:

- **Monumentos:**

Al maíz y al colibrí: Obras realizadas por el famoso pintor y escultor Gonzalo Endara Crow. La mazorca en honor al gran número de cultivos de maíz que existen en la zona, al igual que el colibrí por la gran variedad de estas aves que habitan en este sector.

Monumento Nacional al General Rumiñahui: Obra realizada por el pintor y escultor Oswaldo Guayasamín. Este monumento de bronce y de 8 metros de altura, simboliza la pujanza de nuestro pueblo.

- **Haciendas:**

Chillo Compañía: Sitio en el que se reunían los próceres de la independencia para lograr lo que después sería el Primer Grito de la Independencia en América un diez de agosto de 1809.

Hacienda el Cortijo: Se estableció en el año de 1942 como una hacienda ganadera. Fue totalmente restaurada para convertirse en un restaurante de lujo.

- **Fiestas:**

Fiesta del maíz y del turismo: La llamada Fiesta del Maíz y del Turismo se organiza con mucho entusiasmo alrededor del 8 de septiembre con bandas, juegos populares, elección de la Reina del maíz, danzas, corridas de toros, y riñas de gallos, juegos pirotécnicos, comidas típicas, entre otras actividades.

Fiestas de Cantonización: Fiestas que se celebran el mes de mayo para conmemorar la cantonización del 31 de mayo de 1938; entre los actos programados se distinguen los siguientes: exposiciones de arte y fotografía, la elección de reinas del Cantón, la Cabalgata de Identidad Rumiñahuense, la gymnkana de autos, pregón de fiestas; festivales: de comidas típicas, coros, danza, bandas de guerra y de pueblo, bailes populares en los barrios y parroquias de Rumiñahui. Además el Programa de Fiestas incluye la ciclo vida, el día del desafío, la noche sangolquileña, el embanderamiento de la ciudad, y la Sesión Solemne. estas fiestas son celebradas en todas las parroquias del Cantón incluyendo a la Parroquia de Rumipamba, en la que se realizan toros populares, cabalgatas, bailes populares.

1.5.4 Características de la Zona del Proyecto:

Datos de Rumipamba o “Piedra Plana”:



Fiesta Cantonización Rumiñahui
Fuente: Isabel Gutiérrez A.

1.5.4.1 Localización:

Al sureste del Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha.

1. 5.4.2 Barrios:

La Moca, Barrio Central, Vallecito, San Antonio, Tanipamba

1. 5.4.3 Superficie:

41,32 km²

1. 5.4.4 Accesibilidad:

Existen tres rutas de acceso hacia el sector todas ellas consideradas como de segundo orden:

- Av. Atahualpa (Sangolquí), ruta por la cual atravesó el camino del inca, como referencia de inicio del camino está al Colegio Integral. Duración: 30 minutos.
- Av. Juan de Salinas (Sangolquí), como referencia de inicio del camino está el sector de Selva Alegre. Duración: 30 a 35 minutos.

- Av. Inés Gangotena (Sangolquí), como referencia de inicio del camino está la Av. Gral. Rumiñahui a la altura del semáforo de Inchalillo. Duración: 1 hora.

Transporte:

- El recorrido puede ser en automóvil (recomendado para la ruta que sale desde la Av. Juan de Salinas y jeep propio para cualquiera de los tres recorridos.
- También puede realizarse en transporte público en la compañía: CALSIG EXPRESS, que sale de Sangolquí de lunes a viernes a las 6 y 11 am y a las 14 y 19 pm; sábado y domingo: 8:00 am y 14:00 pm; El costo de este recorrido sólo de ida es de \$ 0.60.

1. 5.4.5 Altura:

2900 – 3400 metros.

1. 5.4.6 Zona de Vida:

Bosque Húmedo Montano bajo- Páramo.

1. 5.4.7 Hidrografía:

El Río que atraviesa esta parroquia es el río Pita, que nace de los deshielos del Volcán Cotopaxi, con una temperatura promedio de 8 grados centígrados, atraviesa las provincias de Cotopaxi y Pichincha, para desembocar en el Río Guayabamba. De este río se forman gran variedad de cascadas como las localizadas en esta parroquia.

1. 5.4.8 Clima:

Temperatura promedio: 12 grados centígrados.

1. 5.4.9 Precipitación:

Los meses de mayores precipitaciones son por lo general abril y octubre.

1. 5.4.10 Historia

La historia de esta parroquia como de todo el Ecuador es un atractivo cultural muy interesante que no ha sido explotado en su totalidad, en este sentido la investigación periódica puede dar un gran potencial y ser un soporte para este tipo de atractivos que si bien tienen un atractivo natural y de aventura muy importante se complementarían aún más tomando en cuenta toda esta riqueza histórica.

La actual zona de Rumipamba, en épocas de los incas, fue un asentamiento indígena poblado por Mitmakunas (indígenas desterrados de su tierra cuando se oponían a la conquista incaica), estos comerciantes se trasladaban desde diferentes lugares del imperio Inca a través del “Ingañan” o red de caminos de dicho imperio (que se mantiene en la actualidad en un sector de Rumipamba).

Un personaje importante en la época incaica fue Quimbalemo, cacique indígena que peleó junto al General Rumiñahui en la Batalla contra los españoles, quien tenía a su dominio los pueblos del Valle de Chillo entre los que se encontraba “Anan Chillo” (Actual Parroquia de Rumipamba. Cabe destacar que fue uno de los últimos pueblos en rendirse ante la conquista española y fue asesinado justamente por no revelar donde se encontraban escondidos los tesoros.

Otro personaje importante de la historia ecuatoriana que forma parte del desarrollo de vivencias de esta parroquia fue Fabricio Francisco Cantuña a quien se le atribuye la mítica construcción de La Capilla de Naturales de Cantuña junto a la Iglesia de San Francisco de Quito, este personaje fue propietario del Valle de Cantuña como se lo denominaba.

El camino que conduce a Rumipamba y que conecta al Valle de los Chillos con el Volcán Cotopaxi, tiene mucha historia además de formar parte de los vestigios del Ingañan, también fue uno de los caminos utilizados por el Gral. Antonio José de Sucre, quien viniendo de la Latacunga el mes de Mayo de 1822 llegó a la Hacienda Chillo Compañía y la Quinta Bolivia (lugares de abastecimiento y descanso de sus tropas) para posteriormente marcar la historia el 24 de mayo de 1822 tras la victoria en la Batalla de Pichincha.

La parroquia de Rumipamba fue fundada el 31 de mayo de 1938. Se conoce que su formación y nacimiento como parroquia se dio como producto de la unión de tres haciendas: El Suro, Rumipamba y San Antonio.

1. 5.4.11 Actividad Turística en Rumipamba:

La parroquia de Rumipamba, en la actualidad esta siendo manejada desde el punto de vista turístico con la denominación de “Rumipamba Pueblo de Páramo” que hace relación a su ubicación. El manejo de la misma se da mediante un trabajo conjunto entre los pobladores del sector, y la Dirección de Turismo del cantón.

Posee varios atractivos turísticos entre los que destacan los dos senderos de las cascadas que parten del mismo sector de denominación la “Caldera”:

Sendero 1: Cascadas de Vilatuña: La caminata dura aproximadamente de una hora y media a dos horas

Sendero 2: Cascada de Cóndor Machay. Tiempo de caminata aproximado tres horas.

La guianza es realizada por los guías del sector, tomando grupos de hasta 15 personas por guía.

Promoción en la actualidad:

Internet como elemento de páginas de promoción del cantón Rumiñahui, información general.

Trípticos realizados por la Dirección de Turismo del cantón.

1.5.5 Información de las Cascadas:

(Ver Anexo 1)

1.5.5.1 CASCADAS DE VILATUÑA:



Cascadas de Vilatuña

Fuente: Municipio de Rumiñahui

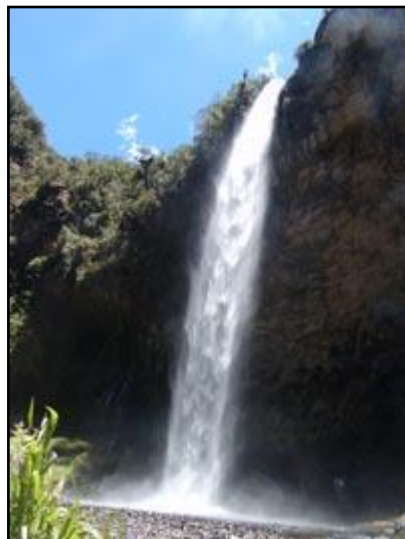
Vilatuña: Debe su nombre a que el cacique de esta tierras de nombre Vilatuña, realizaba sus baños sagrados en estas cascadas.

Este es un sendero que parte de la zona denominada la “Caldera”, de aquí se toma un camino de 1800 metros de recorrido hacia el norte que toma aproximadamente de una hora y treinta minutos a dos horas. Durante el recorrido se toman siete cruces por el río admirando en este trayecto cinco caídas de agua de diversas alturas y formas:

1.5.5.1.a Alturas:

- Ballenita:
- Tobogán natural y Vado.
- Velo de Novia
- Altura: 20 metros.
- Manto de la Virgen
- 25 metros
- Pailón del Diablo
- 18 metros
- Cascada de Vilatuña:
- 60 metros

1. 5.5.2 CASCADA CÓNDOR MACHAY:



Cascada Cóndor Machay
Fuente: Municipio de Rumiñahui

Cóndor Machay: Frase quichua que significa “Cueva del Cóndor”.

Este sendero parte de la misma zona de denominación la “Caldera”, se toma un recorrido de 2800 metros con una duración de dos horas y media a tres horas para llegar a la cascada. En el trayecto atravesamos 9 cruces.

1. 5.5.2.a Altura:

90 metros, considerada la cascada con mayor altura del cantón.

1.5.5.3 Flora y Fauna:



Flora de la zona del Proyecto

Fuente: Isabel Gutiérrez

Cuadro 1.1

Nombre: Flora de la zona del Proyecto

Nombre Común	Nombre Científico
Aliso	<i>Alnus acuminatus</i>
Achupalla	<i>Puya clavata-herculis</i>
Arrayán	<i>Myricianthes halli</i>
Diente de León.	<i>Taraxacum officinalis</i>
Guanto	<i>Brugmansia sanguinea</i>
Huaycundo	<i>Tillandsia recurvata</i>
Laurel	<i>Myrica pubescens</i>
Mora	<i>Rubus sp</i>
Pumamaqui	<i>Oreopanax argentatus</i>
Quishuar	<i>Buddleja incana</i>
Romerillo	<i>Hypericum laricifulium</i>
Taxo de monte	<i>Passiflora mixta</i>
Sigse	<i>Cortaderia nítida</i>

Fuente: Víctor Hugo Alcocer (Guía Rumipamba)



Fauna de la zona del Proyecto

Fuente: Eco zoológico San Martín

Cuadro 1.2

Nombre: Fauna de la zona del Proyecto

Nombre Común	Nombre Científico
Ardilla	<i>Sciurus granatensis</i>
Cóndor	<i>Vultur gryphus</i>
Golondrinas.	<i>Notiochelidon murina</i>
Tórtolas	<i>Zenaida auriculata</i>
Quilicos	<i>Falco sparverius</i>
Pato de torrente	<i>Anas andium</i>
Quinde cola larga	<i>Lesbia victoriae</i>
Quinde café	<i>Aglaeactis cupripennis</i>
Pava de Monte	<i>Penélope montagnii</i>
Cervicabras	<i>Mazama Rufina</i>
Trucha arco iris	<i>Onchocynchus mykiss</i>
Trucha plateada	<i>Salmo trutta</i>
Lobo de Páramo.	<i>Pseudalopex culpae</i>
Chucuri	<i>Mustela frenata</i>

Fuente: Víctor Hugo Alcocer (Guía Rumipamba)

1.5.5.4 ATRACTIVOS TURÍSTICOS CERCANOS

(Ver Anexo 1)

A) CHORRERA DEL PITA:



Chorrera del Pita
Fuente: www.codeso.com

Categoría: Sitio Natural².

Para llegar a esta cascada que posee una altura aproximada de 60 mts. Se tienen tres opciones de senderos:

- "La pequeña aventura" que es un circuito de 25 minutos;
- "La mediana aventura" que es un circuito de 45 minutos; y la
- "La gran aventura" que es un circuito de 120 minutos, esta última opción es la que conduce a la Chorrera del Río Pita

Servicios:

- Servicio de guianza
- Restaurante
- Área designada para camping.

Acceso:

Poblado de Referencia:

Cashapamba: 45 minutos.

² GARCÍA, Ana, "Guía para la elaboración de productos turísticos", Corporación Metropolitana de Turismo, pág. 15

B) PASOCHOA:



Pasocha

Fuente: www.hosteria-papagayo.com

Categoría: Sitio Natural.

Refugio de Vida Silvestre Pasocha tiene una superficie de 500 hectáreas. Contiene uno de los últimos reductos de bosque andino de la sierra ecuatoriana.

En la actualidad, el Pasocha es un área protegida modelo, basada en el autofinanciamiento y destinada a elevar el nivel de conciencia ambiental de la población.

FLORA

Árboles como el pumamaqui, el polilepis, el laurel, la palma de ramos y otras 60 especies.

FAUNA

Sobresale una avifauna con más de 132 especies registradas entre las que se cuenta al cóndor andino y gran variedad de colibríes y tangaras; se sabe además que en este bosque existen mamíferos como el cuchucho, la raposa, e incluso musarañas, todos ellos muy difíciles de observar actualmente en la serranía ecuatoriana.

Servicios:

- El CEAP: El centro de Educación Ambiental Pasocha abierto todos los días.
- Restaurante: El Chozón Comedor, ofrece comida típica ecuatoriana.

Senderos:

- Del Colibrí (30 minutos aproximadamente) fácil recorrido.
- Amiga Naturaleza (30 minutos aproximadamente) fácil recorrido.

- Bosque para todos (1 hora aproximadamente) un poco de esfuerzo.
- Mayaguayacu (2 horas aproximadamente) buen esfuerzo.
- Palma de Cera (4 horas aproximadamente) mucho esfuerzo.
- Los Pantzas (8 horas aproximadamente) gran esfuerzo.

Programas/Actividades

- Tours especializados.
- Caminatas por senderos: observación del paisaje, aves, plantas, fotografía, etc.
- Caminatas nocturnas: observación de animales como zorrillos, conejos, pumas, etc.
- Cursos de flora, fauna, ecosistemas andinos, interpretación y educación ambiental, ecología, vulcanología etc.
- Áreas de pic-nic.
- Áreas de fotografía.

Facilidades de hospedaje y campamento:

- Campamento:

Existe una zona destinada para camping en la que no existe conexión eléctrica.

El costo para nacionales es de 50 ctvs de dólar y para extranjeros de 3.00 dólares por noche.

- Otros lugares para hospedarse:

Dentro del Centro de Educación Ambiental existen dos albergues cada uno con capacidad para 10 personas, el costo por noche para nacionales es de 1 dólar, para extranjeros 5 dólares.

Acceso:

Volcán:

Poblado de Referencia:

Rumipamba: 30 minutos.

Refugio Vida Silvestre:

Poblado de Referencia:

Amaguaña: 1 hora

C) CASCADA DE PADRE URCO



Cascada de Padre Urco
Fuente: www.ruminahui.gov.ec

Categoría: Sitio Natural.

El nombre de Padre Urco se debe a una formación pétreo junto a la cascada, la que a la distancia se asemeja a un sacerdote con un libro en las manos. Ubicada en el sector de Pullincate de Larcos, parroquia de Cotogchoa.

La altura de la cascada es de aproximadamente 25 m., cuya fuerza de desplome de sus aguas produce una especie de llovizna

El trayecto hacia la cascada se podrá admirar y disfrutar del paraíso natural que ofrecen las faldas del Pasochoa, cuya flora y fauna, propia de los páramos de la región interandina.

FAUNA:

Se observan una serie de aves, tal es el caso del Gorrión (*Zonotrichia capensis*); el Mirlo grande (*Turdus fuscater*); el Colibrí (*Lesbia* sp); el Huiracchuro (*Pheticus chrysopleus*). En cuanto a mamíferos se pueden encontrar el Zorro (*Culpes culpess*) y el Chucuri (*Mustale frenata*).

FLORA:

Se encuentran especies de plantas nativas en peligro de extinción, como el Puma maqui (*Oreopanax* sp.); el Aliso (*Agnus acuminata*); el Arrayán (*Myrcianthes* sp); el Quishuar (*Buddleja* sp); el Suro (*Chasquea scandeus*).

Acceso:

Poblado de Referencia:

Cotogchoa: 30 minutos hasta el inicio del sendero.

Duración del sendero: 30 minutos.

D) REFUGIO EL CÓNDOR

Categoría: Sitio Natural.

En este bosque protector privado, posee 530 hectáreas, de las cuales 50 son bosque nativo, se pueden encontrar varias vertientes de agua, por lo que se busca implantar nuevas estrategias de conservación considerando prioritario el desarrollo de turismo sostenible en el área.

Senderos:

Duración de todos los trayectos considerada de ida y vuelta

- Chaquiñan: 30 – 40 minutos
- Urcuñan: 2 horas
- Jatunñan: 5 horas
- Bosqueñan: Todavía no abierto
- Cóndorcucho: 3 horas

FLORA:

Pumamaqui, Aliso, Quishuar, Arrayán, Romerillo, Huila, Mortiño, Polylepis

FAUNA:

Conejo Salvaje, Lobo de páramo, Perdices, Cóndor, Licacos, Curiquingues, Gavilanes.

Acceso:

Poblado de referencia:

Rumipamba: 35 minutos.

E) HACIENDA SANTA RITA:



Canopy Hacienda Santa Rita
Fuente: www.galapagosandecuador.com

Categoría: Sitio Natural.

Hacienda Santa Rita se estableció Reserva Ecológica Privada por su belleza y diversidad biológica (uno de los pocos remanentes de bosque nativo que quedan en el área del Parque Nacional Cotopaxi). La hacienda está enfocada en la ganadería sostenible y la conservación del Bosque Montano Alto y páramos. Flujos de lava muy antiguos se han erosionado con el pasar del tiempo y de las aguas, dando origen a cascadas, remansos de río, y rápidos. La hacienda cubre más de 500 hectáreas

FLORA:

A sus 3200 metros de altura y en medio de un paisaje volcánico brota la vida en forma de líquenes, musgos, bromelias, orquídeas y bosques nativos.

Servicios:

- Área de acampar
- No hay electricidad
- Se provee madera para acampar
- Baños
- Duchas con agua caliente

- Centro de Visitantes
- Senderos
- Rappel
- Vía Ferrata, pared de escalada
- Cañón del Salto Canopy Tour: Es un sistema de transporte elevado usando arneses y poleas sobre un cable inclinado aprovechando la gravedad como propulsión. Se pueden cruzar 5 cables, que oscilan entre los 180 y 380 metros de largo y a 40 metros de altura.

Acceso:

Poblado de referencia:

Rumipamba: 15 minutos.

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivos:

2.1.1 Objetivo General:

- Conocer las características relevantes a fin de que el proyecto tenga éxito en el mercado objetivo.

2.1.2 Objetivos Específicos:

- Establecer el número de demandantes o tamaño de mercado.
- Definir el tipo de consumidores: perfil del consumidor, gustos y preferencias del TARGET a captar.
- Fijar cuál sería el precio óptimo que estaría dispuesto a pagar el mercado objetivo.
- Definir los medios publicitarios y de promoción óptimos a ser utilizados.
- Escoger los canales de distribución más adecuados para el proyecto.
- Determinar las principales proveedoras de servicios similares a los del proyecto a desarrollar: Identificar los competidores potenciales y reales del proyecto.
- Determinar las actividades que estarían dispuestos a realizar los clientes potenciales.
- Establecer los servicios a ser ofertados.
- Conocer las características generales de operación de la competencia directa.

2.2 Antecedentes:

2.2.1 Actividad turística a nivel mundial:

“La actividad turística a nivel mundial genera grandes beneficios económicos tanto local como mundialmente es así que se determinó que esta actividad generó el 10,6 % de PIB mundial, cabe destacar que según esta misma fuente se estableció que es la primera generadora de empleo a nivel mundial: 8.3% del empleo total mundial, y genera el 40% del comercio mundial de servicios y 6% del comercio mundial total.”³

2.2.2 Actividad turística en el Ecuador:

La actividad turística en el Ecuador es uno de los principales productos generadores de divisas para el Ecuador, se ubica según los datos más actualizados en la posición número cuatro de generación de divisas.

Cuadro No 2.1

Nombre: Ubicación del Turismo en la Economía (Años: 2004-2005)

AÑOS	PETRÓLEO CRUDO	BANANO	OTROS ELABORADOS PRODUCTOS DEL MAR	TURISMO	DERRIVADOS DEL PETROLEO	CAMARÓN	FLORES NATURALES
2004 Ubicación	3.898,51 1	1.023,61 2	372,75 4	464,3 3	335,48 6	329,79 7	354,82 5
2005 Ubicación	5.396,84 1	1.084,39 2	497,78 3	487,7 4	473,01 5	457,54 6	397,91 7

Fuente: Ministerio de Turismo - Proyecto Cuenta Satélite.

Elaboración: Isabel Gutiérrez

“La actividad turística en el Ecuador está aportando de manera constante al desarrollo del país, se puede observar que aporta positivamente al PIB nacional: en base a proyecciones para el 2005 alcanzaría el 8.6% del PIB total”⁴. Es importante mencionar que estos datos consideran adecuadamente servicios directamente relacionados con la actividad e industrias no conexas que también se benefician.

³ World Travel and Tourism Council (WTTC), “Tourism Satellite Accounting Highlights”, 2005.

⁴ Ministerio de Turismo, Cuenta Satélite de Turismo, Septiembre 2003.

La actividad turística en el Ecuador es uno de los motores generadores de ingresos para el país, observando como mayor beneficio el empleo directo que se genera en los proveedores de servicios turísticos como restaurantes, atractivos turísticos.

“En el caso ecuatoriano la demanda potencial de turismo interior está constituida en su casi totalidad por la población urbana. Es complicado llevar un registro en cuanto al número y monto de gasto del turismo interior, sin embargo, expertos en el sector consideran que el turismo interior es el que sustenta la actividad turística en el Ecuador, puesto que más de la mitad del consumo turístico total es realizado por residentes que se movilizan a través del territorio nacional.

Los rubros más importantes de gasto son: servicios de alimentación, compra de bienes y servicios de transporte, entre otros.

De acuerdo a estimaciones del Ministerio establecidas en el año 2006, el turismo interior genera aproximadamente USD 180 millones, de los cuales 49% se originan en los feriados y 51% en fines de semana. Este tipo de información se la obtiene a través de encuestas.”⁵

(Ver anexo 2)

2.2.3 Actividad turística en Proyecto Ruta Cascadas:

Destino Meta:

Cascadas de Vilatuña y Cascada de Cóndor Machay: Los recorridos hacia estos atractivos naturales se los realiza sin horario definido, para la contratación del servicio no necesariamente se contratan guías, se puede solicitar este servicio adicionalmente, el pago se lo realiza al ingreso de los senderos. No existe según los moradores del sector (quienes manejan en la actualidad los senderos) una demanda representativa actualmente y la composición de la misma esta dada por mercado nacional de todas las edades, puesto que se demanda el sitio no sólo para recorrer los dos senderos sino que también para realizar días campestres, o simplemente caminar por el sector para observar la gran variedad de atractivos naturales existentes.

⁵ Ministerio de Turismo, Informe PICAVAL.

Cuadro No 2.2

Nombre: Precios que se manejan en la actualidad en los senderos

DESTINO META	PRECIO EN LA ACTUALIDAD
Ingreso Cascadas de Vilatuña	\$ 1*
Ingreso Cascada de Cóndor Machay	\$ 1*

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

* En caso de solicitar guía nativo se cobra adicionalmente \$ 1 x guía

Actividades Complementarias:

- **Paseo a caballo:** Para esta actividad existen varios recorridos:
Recorridos desde el canal de agua de la parroquia (1 hora aproximadamente), hasta el recorrido hacia las cascadas: “Gemelas” y la “Mamá y la Hija”: 3 horas.
- **Salidas 4X4:** Este recorrido tiene como lugar de destino al Sincholagua.
- **Visita al Pasochoa:** Comprende un recorrido que parte desde el Rincón del Cóndor hasta el volcán Pasochoa: Tiempo aproximado de la caminata: 4 horas ida y vuelta.
- **Rappel:** Básicamente esta actividad está promovida para que el visitante interesado lleve su propio equipo y la realice en cualquiera de las cascadas de Vilatuña.

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA:

Para la obtención de la información necesaria en este estudio se utilizarán las siguientes fuentes de información:

2.3.1 Técnicas de investigación:

Datos Primarios: “Consisten en información recopilada para el propósito específico en cuestión.”⁶

Estos datos se obtendrán a través de encuesta, a través del análisis de la competencia e investigación de campo en las cascadas.

Datos secundarios: “Consisten en información que ya existe en algún lado, la cuál se recabó con otro propósito.”⁷

Datos de censo: INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador.

⁶ KOTLER Philip, BOWEN John, MAKENS James, “ Mercadotecnia para la Hotelería y el Turismo”, Editorial Prentice Hall/Hispanoamericana S.A, México Primera Edición, Pág. 150

⁷ KOTLER Philip, BOWEN John, MAKENS James, “ Mercadotecnia para la Hotelería y el Turismo”, Editorial Prentice Hall/Hispanoamericana S.A, México Primera Edición, Pág. 150

2.3.2 Análisis del Perfil del consumidor a captar:

Cuadro No 2.3

Nombre: Población Total Ecuador y Provincia de Pichincha (2007).

Población Ecuador	%	Población Pichincha	%
13,663,642	100	2,787,048	20.40%

Fuente: Dirección General de Servicios de Telecomunicaciones - Superintendencia de Telecomunicaciones (Proyecciones del INEC).

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

2.3.2.1 Afluencia de Demandantes:

En base a datos recopilados después de una entrevista con el señor Victor Hugo Alcocer representante de la Junta Parroquial de Rumipamba se llegó a la conclusión de que este proyecto se enfocará a personas locales.

Locales: El segmento a considerar para realizar el estudio de la demanda es población nacional, debido a que es un producto que en la actualidad es visitado en un 90 % por nacionales y muy eventualmente en un 10 % por extranjeros, en este sentido es importante considerar que faltan elementos como aprendizaje de idiomas, servicios complementarios como centros de interpretación, que como resultado del proceso de desarrollo del sector se irán implementando para en un futuro ofertar el producto con mayor ímpetu a un mercado extranjero.

Por otro lado el interés primordial de la Dirección de turismo del Cantón Rumiñahui ratifica esta tendencia.

En este contexto este estudio se enfocará en la población de la ciudad de Quito, que se encuentra ubicada a treinta y cinco minutos del lugar de partida para la población de Rumipamba (sector el colibrí), y en la población del cantón Rumiñahui llegando a la conclusión de que el recorrido incluyendo el tiempo de transporte hasta el inicio del sendero: una hora aproximada y el tiempo para disfrutar de cada uno de los senderos: Vilatuña: dos horas y Cóndor Machay: 3 horas puede ser realizado en un día.

2.3.2.2 Temporada Estacionalidad de la Demanda

Según datos obtenidos en la Parroquia de Rumipamba y la Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui se estableció las siguientes temporadas:

- **Alta:** Meses de verano en la Sierra Ecuatoriana:
Mes de Junio (Salidas de campo de los colegios)
Mes de Agosto
Mes de Septiembre (Campamentos vacacionales)
Feriados Nacionales.
- **Media:** Octubre, Noviembre Mayo, Marzo, Julio
- **Baja:** Enero y Diciembre Abril.

2.3.2.3 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado para este proyecto esta basada en información de datos secundarios obtenidos de las proyecciones del INEC. El segmento a estudiar esta localizado en el Cantón Quito con las parroquias que potencialmente pueden traer turistas a esta ruta y el Cantón Rumiñahui, tomando en cuenta las parroquias urbanas.

2.3.2.3.a Criterios de segmentación⁸:

Criterios geográficos:

Zona en la que habitan: Cantones Quito y Rumiñahui, Parroquias Urbanas y cercanas al atractivo.

Criterios demográficos:

Los parámetros que se han tomado en cuenta: rango de edad: 15 y 54

Criterios socioeconómicos:

Población Económicamente Activa: Comprendida entre la edad anteriormente mencionada

2.3.2.4 Muestreo

2.3.2.4. a Proceso de diseño de muestreo:

⁸ KOTLER, Philip, “Marketing del Turismo”, Editorial Prentice – Hall, pág. 247

Para determinar el mercado objetivo se escogieron a los cantones de Quito y Rumiñahui debido a que el destino a ser ofertado se encuentra ubicado en el segundo cantón mencionado, así que sería accesible llegar al atractivo de manera rápida ya sea desde poblados urbanos del primer o del segundo cantón.

Se escogió las áreas urbanas puesto que como se manifestó anteriormente en la composición de la demanda turística en el caso del Ecuador, son estas áreas las principales proveedoras de turistas internos.

Posteriormente se tomó en cuenta a los grupos de edad que potencialmente aprovecharían de mejor manera el atractivo, esto quiere decir que no existiría riesgos en los cruces del río, que pueden pagar lo que el atractivo merece, e incluso tomando en cuenta las visitas históricas que se han generado en el sector, de acuerdo a una entrevista realizada al señor Victor Hugo Alcocer, representante de la Junta Parroquial.

Y por último se consideró a la población Económicamente Activa porque al consumir el producto se genera un gasto que sin necesidad de ser alto, requiere de desembolso de dinero que podrá ser afrontado por gente que se encuentre dentro de este grupo.

(Ver Anexo 3)

Cuadro No 2.4

Nombre: Población Económicamente Activa del Cantón Quito

Población	Total	%
Quito urbano	1399378	100
Población Entre 15 y 54	841126	60,10
PEA entre 15 y 54 años	535399	63,65

Fuente: INEC

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.5

Nombre: Población Económicamente Activa del Cantón Rumiñahui

Población	Total	%
Rumiñahui urbano	56794	100
Población Entre 15 y 54	33799	59,51
PEA entre 15 y 54 años	21463	63,50

Fuente: INEC

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.6

Nombre: Población Objetivo al 2001

TOTAL PEA QUITO 15 Y 54	535399
TOTAL PEA RUMIÑAHUI 15 Y 54	21463
TOTAL PEA QUITO RUMIÑAHUI ENTRE 15 Y 54	556862

Fuente: INEC

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

PROYECCIONES AL 2007

Tasas de Crecimiento Anual según el INEC

Quito: 2,7 %

Rumiñahui: 3,2 %

Cuadro No 2.7

Nombre: Proyecciones de la Población Objetivo

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
PEA							
QUITO	535399	549855	564701	579948	595606	611688	628203
SANGOLQUÍ	21463	22150	22859	23590	24345	25124	25928
TOTAL	556862	572005	587559	603538	619951	636812	654131
POBLACIÓN OBJETIVO AL 2007							654131

Fuente: INEC

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Después de haber tomado en cuenta todos estos criterios de segmentación y realizar las proyecciones de dicha población al 2007 la población objetivo para este proyecto es:

654 131 personas.

2.3.2.4. b Fórmula para determinar la muestra:

Para el caso de este proyecto se escogió la siguiente fórmula debido a que se conoce con certeza el tamaño de la población objetivo, es decir es una población finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

Cuadro No 2.8

Nombre: Datos Fórmula Tamaño de la Muestra

N	Población Objetivo
Z	Nivel de confianza
P	Probabilidad de éxito
Q	Probabilidad de fracaso
e	Error de muestreo

Fuente: Naresh Malhotra

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

$$N=654131$$

$$Z=1,96$$

$$P= 0,5$$

$$Q=0,5$$

$$e= 0,1$$

$$n = \frac{654131 * 1.96^2 * (0.5) * (0.5)}{(0,10)^2 * (654131-1) + 1.96^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 96,0260482$$

n = 96 encuestas

2.3.2.5 Proceso del método de investigación:

Después de haber establecido la población objetivo y el número de encuestas que se deben realizar, se determinó que los sitios más adecuados para realizar las mismas serían en Quito: Centro Comercial Ñaquito, empresas como WWTO, Dirección Cultural del Banco Central del Ecuador, Universidades Sek, Internacional, de las Américas.

En el Valle de los Chillos: Centro Comercial San Luis, Escuela Politécnica del Ejército.

Cabe recalcar que mayor porcentaje se realizará en la ciudad de Quito tomando en cuenta el elevado número de habitantes.

2.3.2.5.a Modelo de la encuesta:

“Estudio de Prefactibilidad del Desarrollo Turístico de la ruta de cascadas Parroquia Rumipamba – Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha”

Objetivo: Definir las características óptimas para el producto “Ruta de Cascadas Parroquia Rumipamba”.

Pregunta 1

¿Conoce usted la ruta de Cascadas conformada por las cascadas de Vilatuña y la Cascada de Cóndor Machay localizadas en el Valle de los Chillos?

SI _____

NO_____

Pregunta 2

Si su respuesta fue negativa, ¿estaría interesado/a en conocerlas?

SI _____

NO _____

Pregunta 3

De los siguientes factores enumere del 1 al 6 según su prioridad empezando por 1 siendo el más importante y así sucesivamente hasta el factor que considere menos importante asignándole el 6.

Precio _____

Diversión _____

Distancia _____

Atracciones _____

Seguridad _____

Transporte _____

Pregunta 4

¿Con qué frecuencia le gustaría visitar un sitio natural en el que pueda observar cascadas y realizar turismo de aventura?

Más de una vez al mes _____

Cada mes _____

Cada 3 meses _____

Cada Año _____

En feriados _____

Pregunta 5

¿Qué servicios le gustaría que le ofrecieran en un sitio natural donde se oferte turismo de aventura o ecoturismo?

Servicio	Muy Importante	Importante	Nada Importante
Restaurante			
Guianza			
Área de Camping			
Área de pic-nic			
Área de parqueos			

Pregunta 6

¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar?

Servicio	Muy Importante	Importante	Nada Importante
Rappel (Descenso junto o por las cascadas)			
Cabalgatas			
Ciclismo de montaña			

Pregunta 7

¿Conoce algún sendero Ecológico donde pueda observar cascadas o una ruta de Cascadas que oferte turismo de aventura o ecoturismo en la Provincia de Pichincha?

SI_____

NO_____

Cuál _____ Dónde_____

Pregunta 8

8.- ¿A través de que medios conoció el atractivo mencionado?

- a) Prensa/ revistas ____ b) Trípticos ____ c) Internet____ d) Radio____ e) TV____
f) Referencia de conocidos_____

Pregunta 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por:

- Ingreso a cualquiera de los dos senderos: Vilatuña: 5 cascadas o Cóndor Machay: 1 cascada 90 metros, que incluye guianza?

\$ 2,00 - \$ 2,50 _____

\$ 2,50 - \$ 3,00 _____

\$ 3,00 - \$ 3,50 _____

Datos Generales:

a) Edad: _____

b) Sexo: M_____ F_____

Muchas gracias por su colaboración

2.3.2.5. b Tabulación y Análisis de los resultados:

Para la Tabulación y presentación de resultados se utilizó el sistema SPSS.

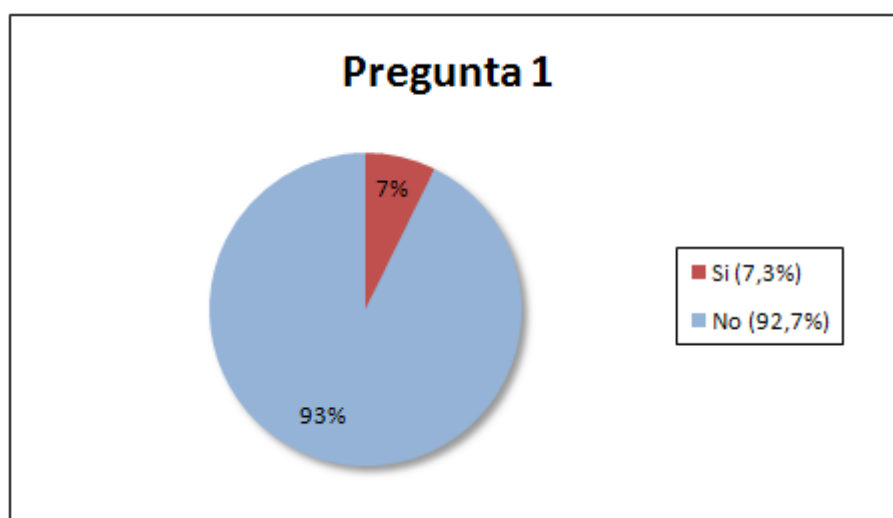
Pregunta 1

¿Conoce usted la ruta de Cascadas conformada por las cascadas de Vilatuña y la Cascada de Cóndor Machay localizadas en el Valle de los Chillos?

Cuadro No 2.9

Nombre: Pregunta Filtro

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- De las personas encuestadas el 92,7% desconocen la Ruta de cascadas Vilatuña y Cóndor Machay mientras que el 7,3% ya habían visitado previamente la ruta.

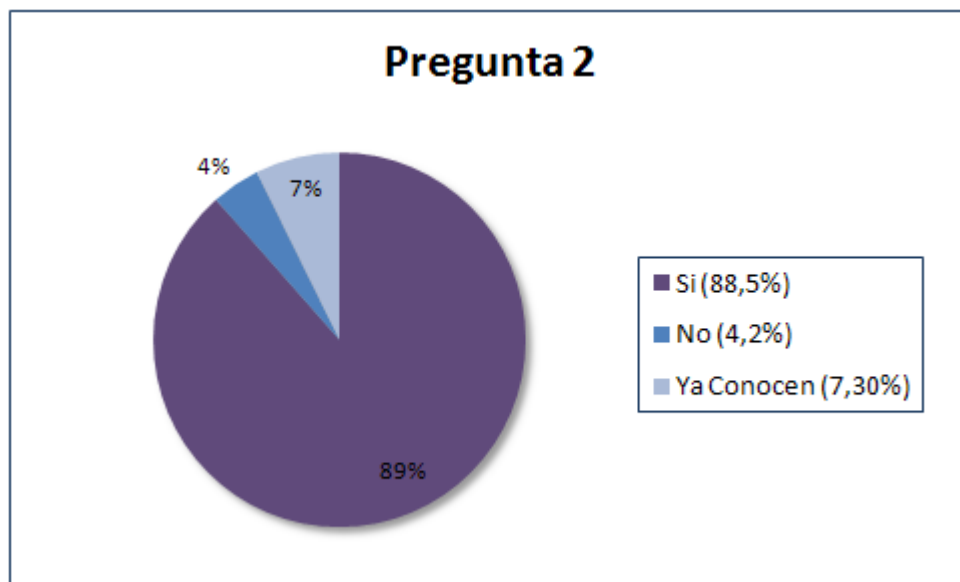
Pregunta 2

Si su respuesta fue negativa, ¿estaría interesado/a en conocerlas?

Cuadro No 2.10

Nombre: Aceptación de Proyecto

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- De las personas que no conocían los senderos el 85,5 % estaría interesado en conocerlas, mientras que el 4,2% no estaría motivado para conocerlas.

Pregunta 3

De los siguientes factores enumere del 1 al 6 según su prioridad empezando por 1 siendo el más importante y así sucesivamente hasta el factor que considere menos importante asignándole el 6.

Cuadro No 2.11

Nombre: Precio

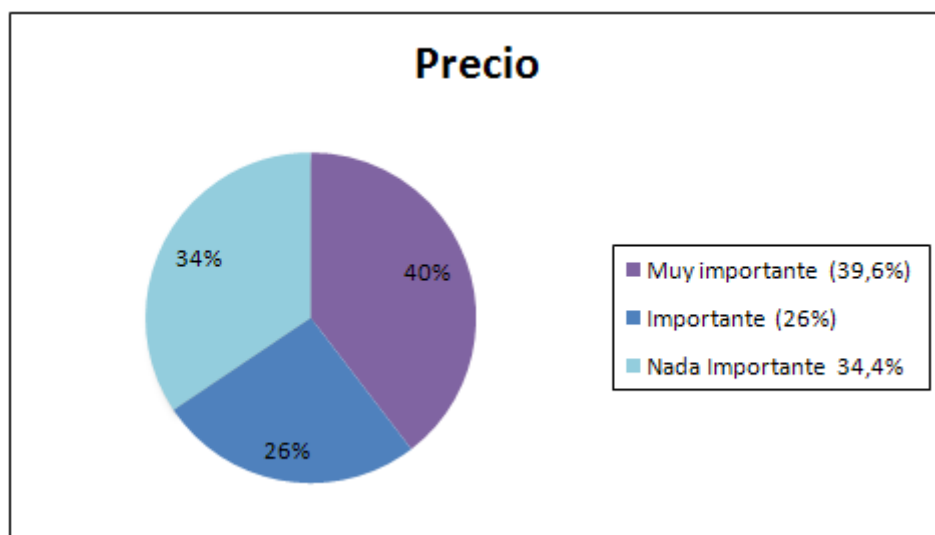
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.11

Nombre: Síntesis Precio

% individual	% Total	
26,0		
13,5	39,6	Muy importante
13,5		
12,5	26,0	Importante
15,6		
18,8	34,4	Nada importante
100,0	100,0	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Para el 39,60% el precio es un factor muy importante al momento de escoger un destino, al igual que para un 26 % de los encuestados es importante mientras que con un porcentaje similar 34,4%, este elemento no es importante.

Cuadro No 2.12

Nombre: Distancia

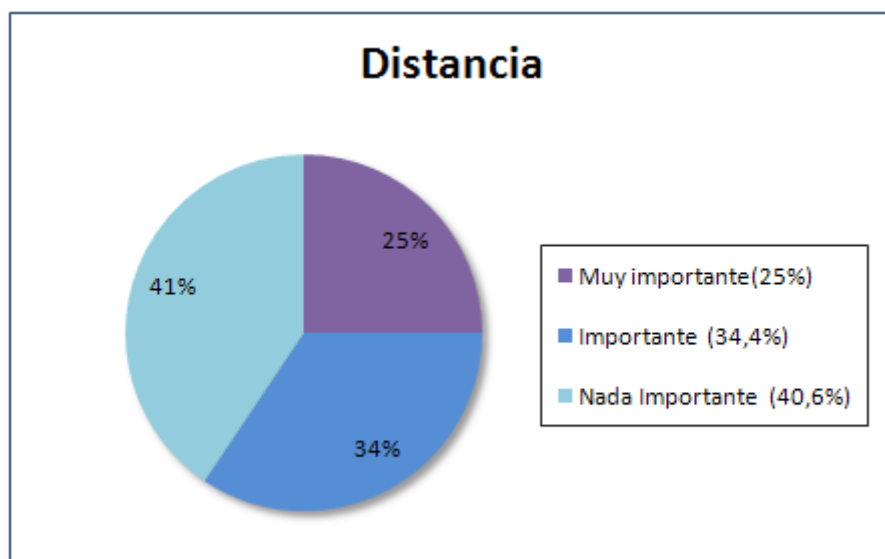
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.12

Nombre: Síntesis Distancia

% individual	% Total	
12,5		
12,5	25,0	Muy importante
15,6		
18,8	34,4	Importante
17,7		
22,9	40,6	Nada importante
100,0	100,0	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Para el 40,6 % de los encuestados la distancia es un factor poco importante al momento de decidir visitar un destino
Mientras que para el resto: 25% lo considera muy importante y el 34,4 % importante.

Cuadro No 2.13

Nombre: Seguridad

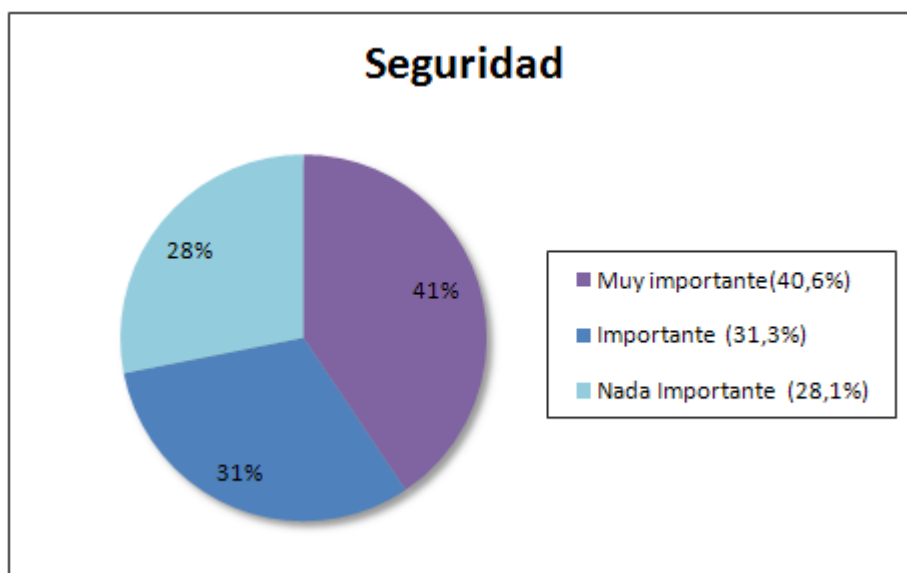
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.13

Nombre: Síntesis Seguridad

% individual	% Total	
20,8		
19,8	40,6	Muy importante
20,8		
10,4	31,3	Importante
14,6		
13,5	28,1	Nada importante
100,0	100,0	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- La seguridad que se puede proporcionar en un atractivo es un elemento muy importante para el 40,6 % de los encuestados, al igual que importante para un 31,3% mientras que para el 28,1 % no es un factor trascendental.

Cuadro No 2.14

Nombre: Diversión

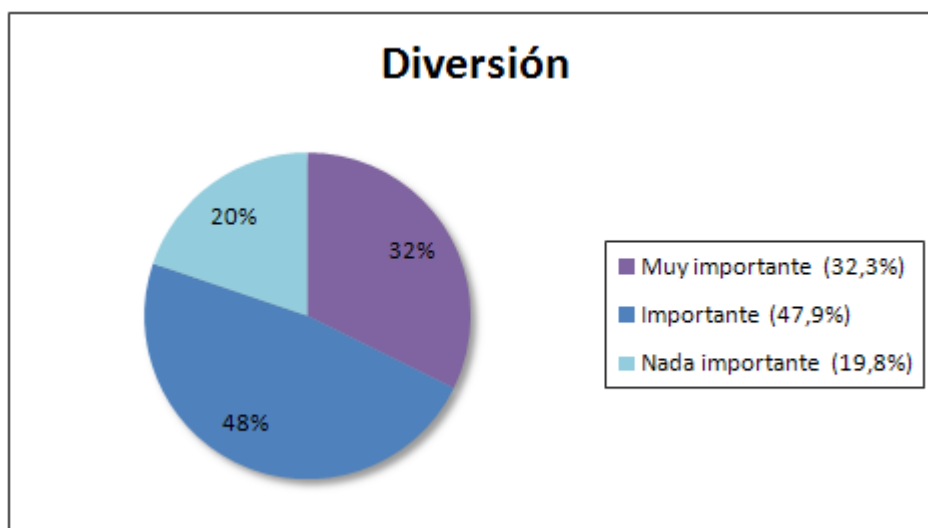
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.14

Nombre: Síntesis Diversión

% individual	% Total	
17,7		
14,6	32,3	Muy importante
20,8		
27,1	47,9	Importante
13,5		
6,3	19,8	Nada importante
100,0	100,0	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- La diversión que se pueda generar en o alrededor del atractivo es un factor importante para el 47,9 %, y muy importante para el 32,3 % de los encuestados; para el 19,8 % de los encuestados este factor no es importante.

Cuadro No 2.15

Nombre: Atracciones

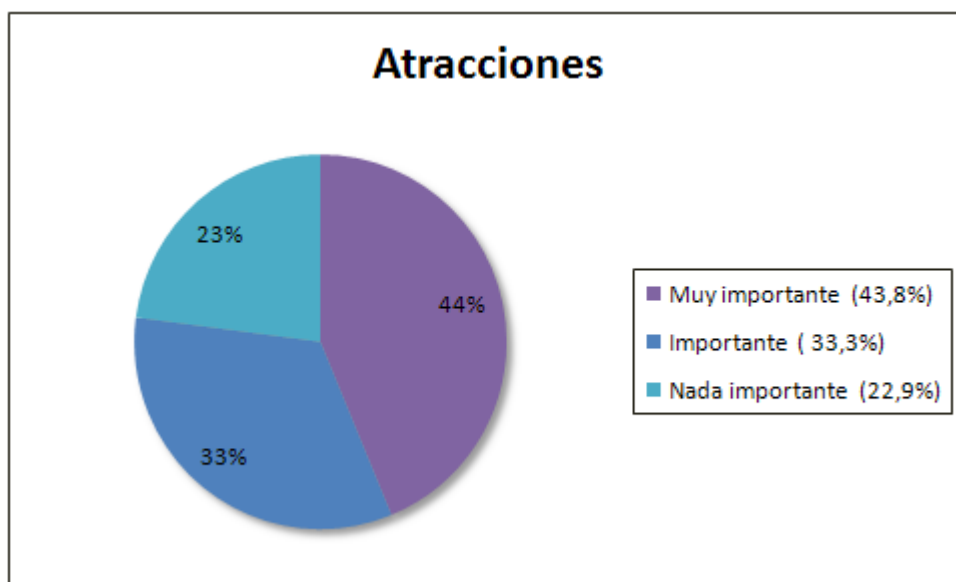
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.15

Nombre: Atracciones

% individual	% Total	
18,8		
25,0	43,8	Muy importante
20,8		
12,5	33,3	Importante
17,7		
5,2	22,9	Nada importante
100,0	100,0	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Las atracciones de un destino turístico son factor muy importante para el 43,8 % e importante para el 33,3 %, mientras que para el 22,9 % no son importantes.

Cuadro No 2.16

Nombre: Transporte

--	--	--	--

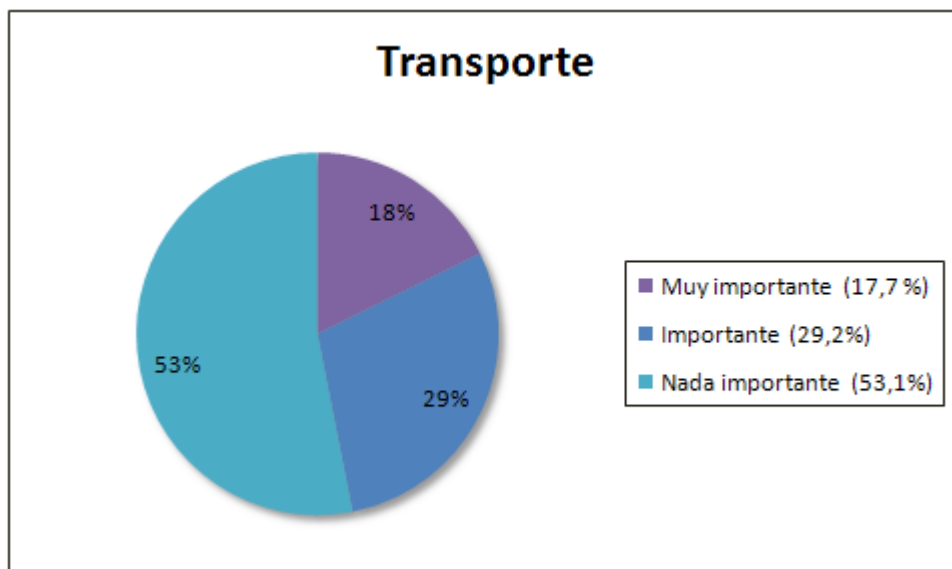
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.16

Nombre: Síntesis Transporte

% individual	% Total	
4,2		
13,5	17,7	Muy importante
9,4		
19,8	29,2	Importante
18,8		
34,4	53,1	Nada importante
100,0	100,0	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- El servicio de transporte que se pueda ofertar hacia un destino turístico es un factor nada importante para el 53,1 % de los encuestados, mientras que para el 29,2 % es importante y para el 17,7 % es muy importante.

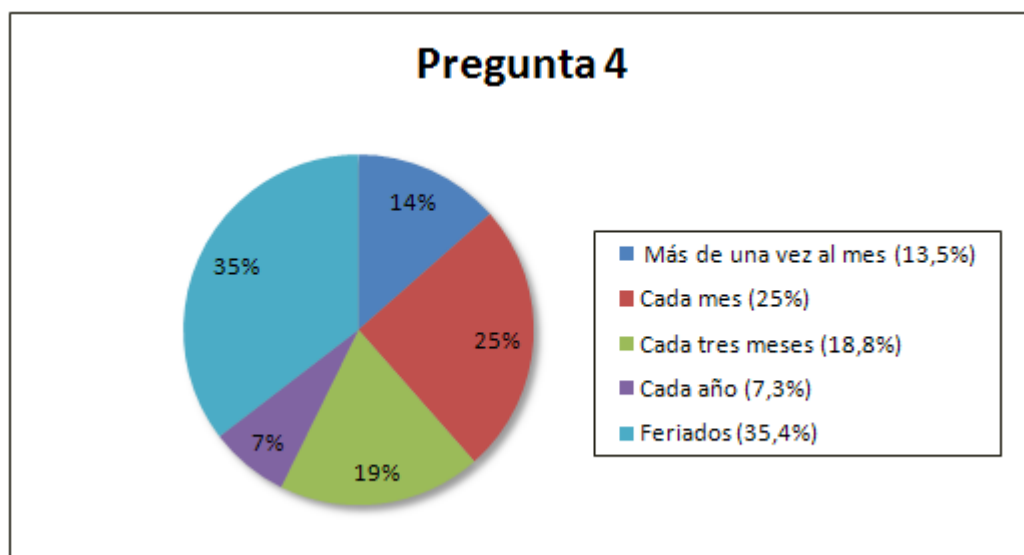
Pregunta 4

¿Con qué frecuencia le gustaría visitar un sitio natural en el que pueda observar cascadas y realizar turismo de aventura?

Cuadro No 2.17

Nombre: Frecuencia

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Para el 37,4 % de los encuestados los feriados nacionales, serían las mejores fechas para visitar un atractivo natural que oferte turismo de aventura, seguido de un 25% que preferiría visitarlo cada mes, el 18,8 % cada tres meses; más de una vez al año:13,5 y cada año el 7,3 %.

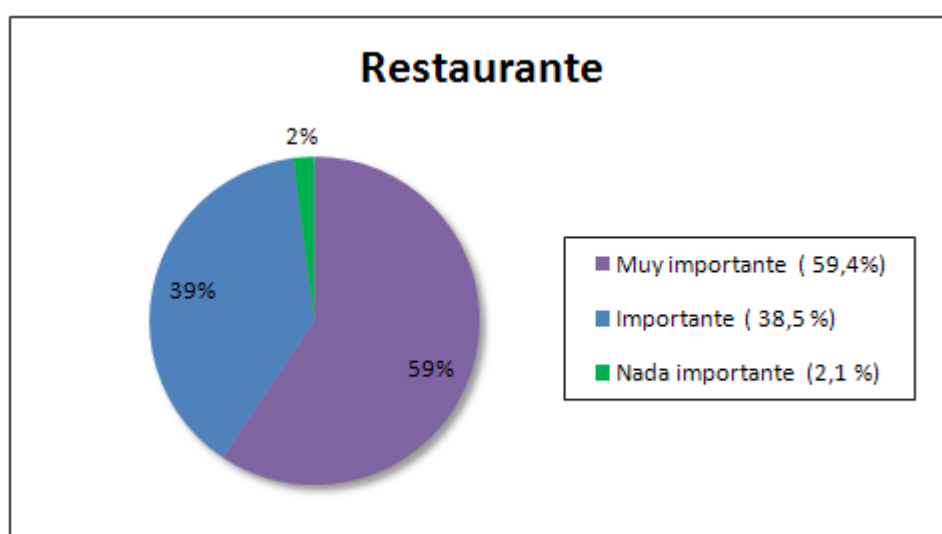
Pregunta 5

¿Qué servicios le gustaría que le ofrecieran en un sitio natural donde se oferte turismo de aventura o ecoturismo?

Cuadro No 2.18

Nombre: Restaurante

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



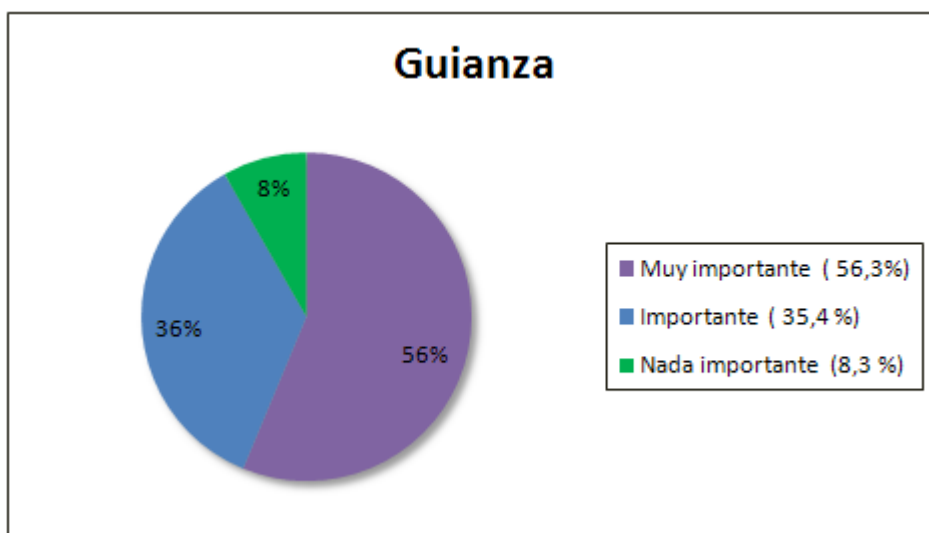
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Este servicio es para el 59,4 % muy importante e importante para el 38,5 %, mientras que para el 2,1 % no lo es.

Cuadro No 2.19

Nombre: Guianza

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



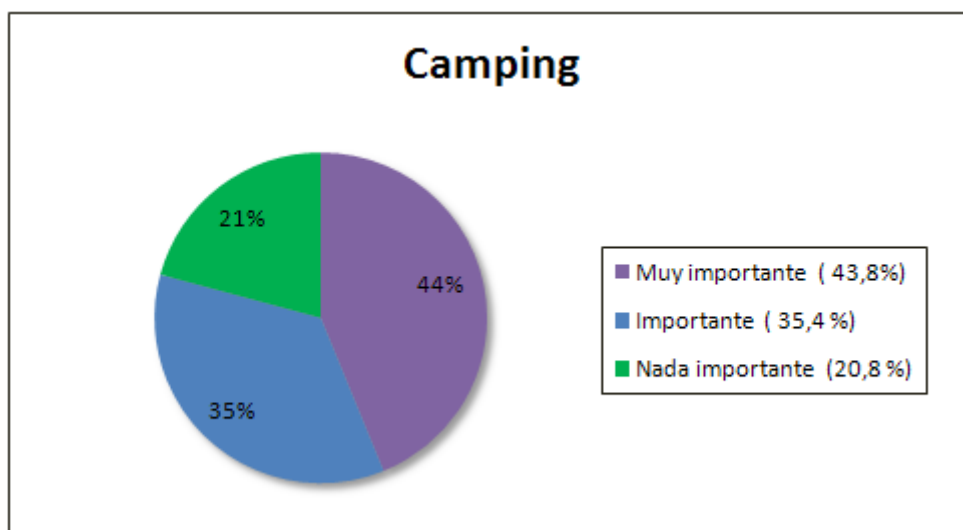
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- El que se ofrezca la facilidad de un guía en un atractivo turístico es muy importante para 56,3% e importante 35,4%; mientras que para el 8,3 % no es importante.

Cuadro No 2.20

Nombre: Camping

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



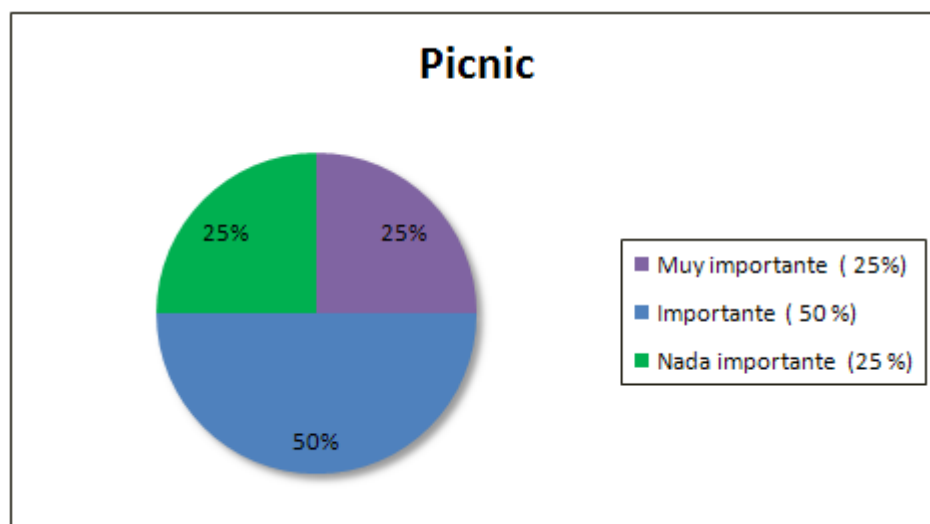
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- El Camping es un servicio Muy importante para 43,8% de los encuestados, importante para el 35,4 % y nada importante para el 20,8 % de los encuestados.

Cuadro No 2.21

Nombre: Picnic

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



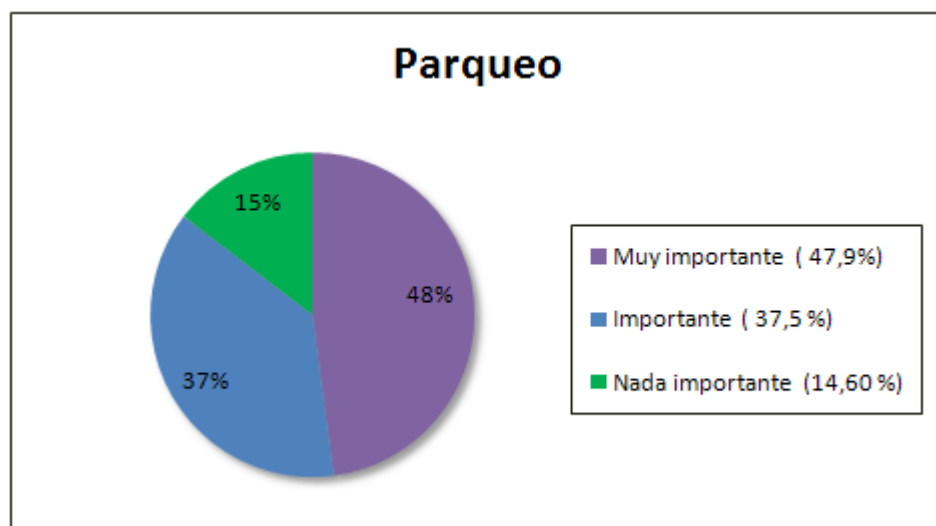
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Y el área de **Picnic** es un servicio importante para algunos (50 %), muy importante para el 25 % pero no prescindible para otros (25 %).

Cuadro No 2.22

Nombre: Parqueo

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Parqueo: Muy importante para 47,9% e Importante para el 37,5 %; nada importante para el 14,60%

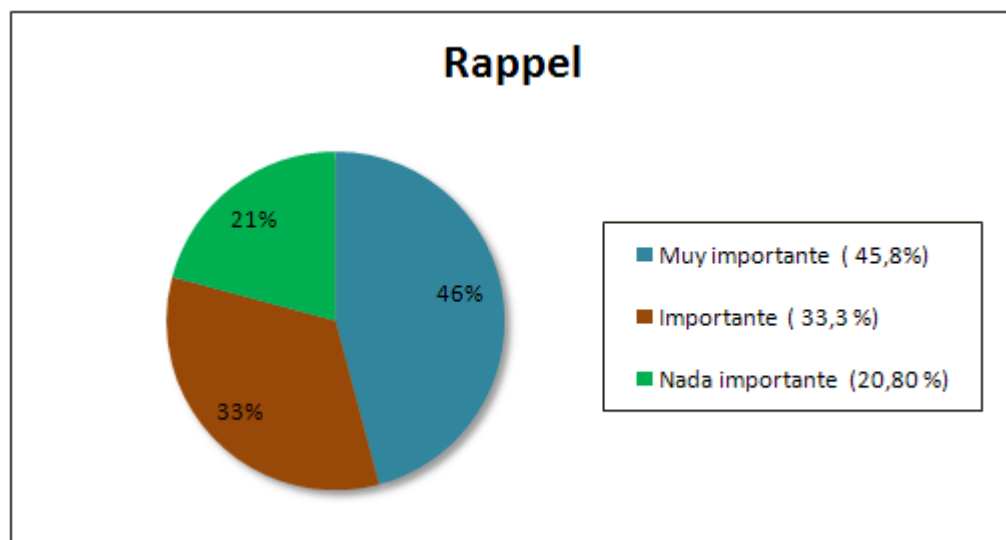
Pregunta 6

¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar?

Cuadro No 2.23

Nombre: Rappel

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

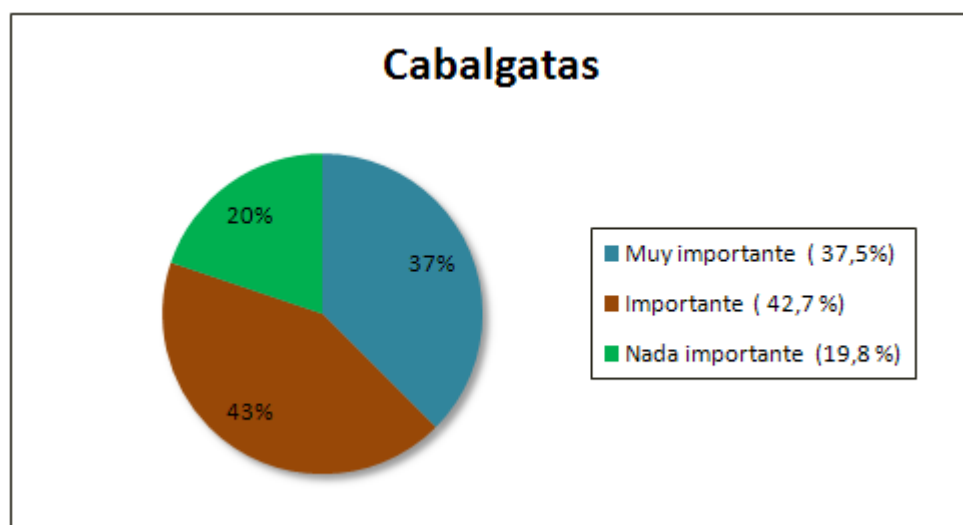


Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- El rappel considerado como un deporte de aventura, es un deporte muy importante para el 45,8 %, importante para el 33,3 % y nada importante para el 20,80 %.

Cuadro No 2.24**Nombre:** Cabalgatas

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



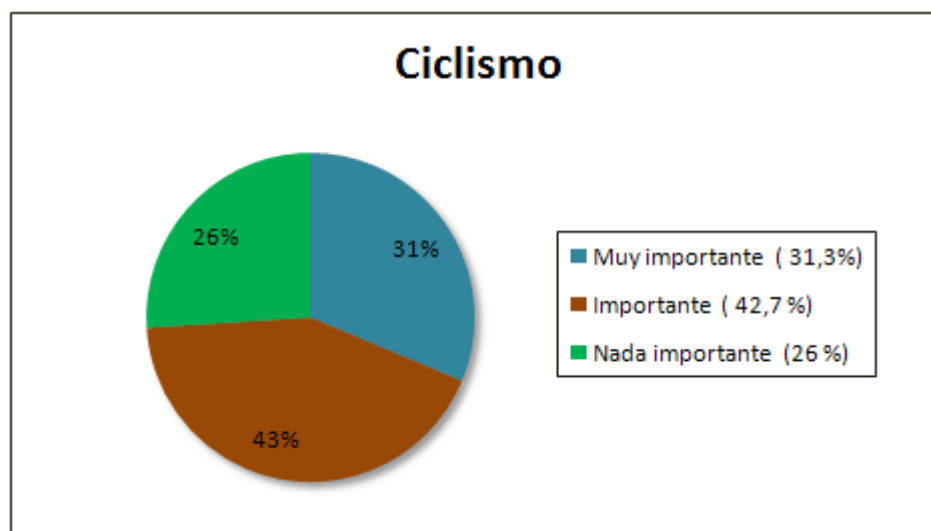
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Las cabalgatas, una actividad muy practicada en destinos con oferta similar a la de este proyecto son muy importantes para el 37,5% e importantes para el 42,7 y para el 19,8 % son nada importantes.

Cuadro No 2.25**Nombre:** Ciclismo

	30	31,3	31,3
	41	42,7	74
	25	26	100
	96	100	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Como la última actividad adicional se propuso el ciclismo de montaña que fue determinado por el 31,3 % como Muy importante e Importante para 42,7 % mientras que para el 26 % no es importante.

Pregunta 7

¿Conoce algún sendero Ecológico donde pueda observar cascadas o una ruta de Cascadas que oferte turismo de aventura o ecoturismo en la Provincia de Pichincha?

Cuadro No 2.26

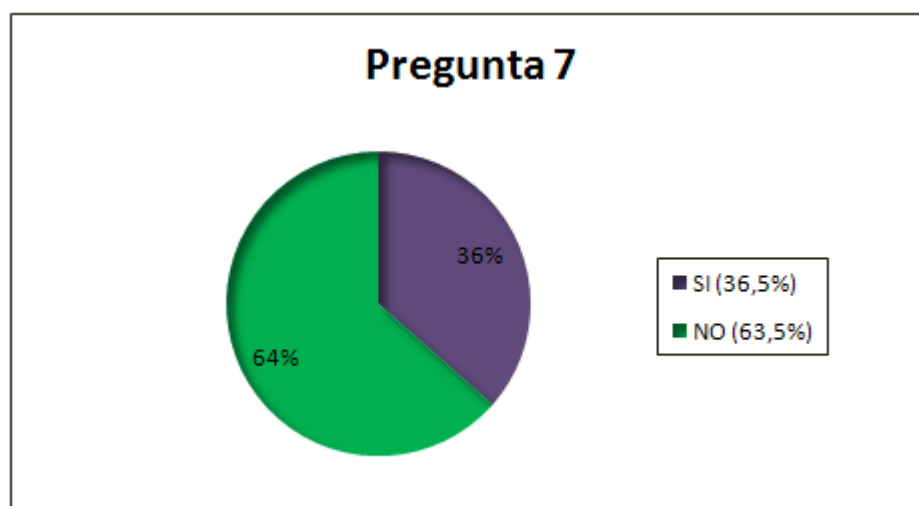
Nombre: Competencia

SI	35	36,5	36,5
NO	61	63,5	100
TOTAL	96	100	

Elaboración:
Isabel

Gutiérrez A.

- De todos los encuestados el 63,5 % no conocen destinos turísticos compuestos de cascadas que oferten turismo de aventura en la provincia de Pichincha, mientras que el 36,5 % si ha visitado estos destinos.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

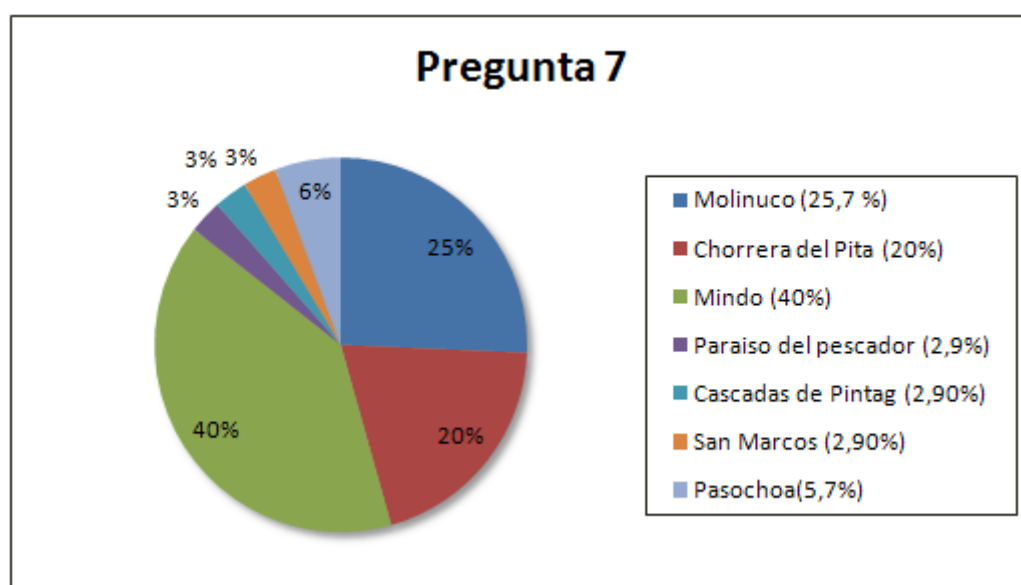
Cuál

Cuadro No 2.27

Nombre: Nombre Competencia

Molinuco	9	9,4	25,7	25,7
Chorrera del Pita	7	7,3	20	45,7
Mindo	14	14,6	40	85,7
Paraíso del pescador	1	1,0	2,9	88,6
Cascadas de Pintag	1	1,0	2,9	91,4
San Marcos	1	1,0	2,9	94,3
Pasochoa	2	2,1	5,7	100
Total	35	36,5	100	
Gente no conoce competencia	61	63,5		
Total	96	100		

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- Los destinos más representativos del 36,50% restante que si conocen destinos similares son: Mindo (40%), Molinuco (25,7%) y Chorrera del Pita (20%).

Otros destinos no tan visitados por el segmento escogido fueron: Paraíso del Pescador, cascadas de Pintag, San Marcos 2,90 % y el Pasochoa con el 5,7 %.

Pregunta 8

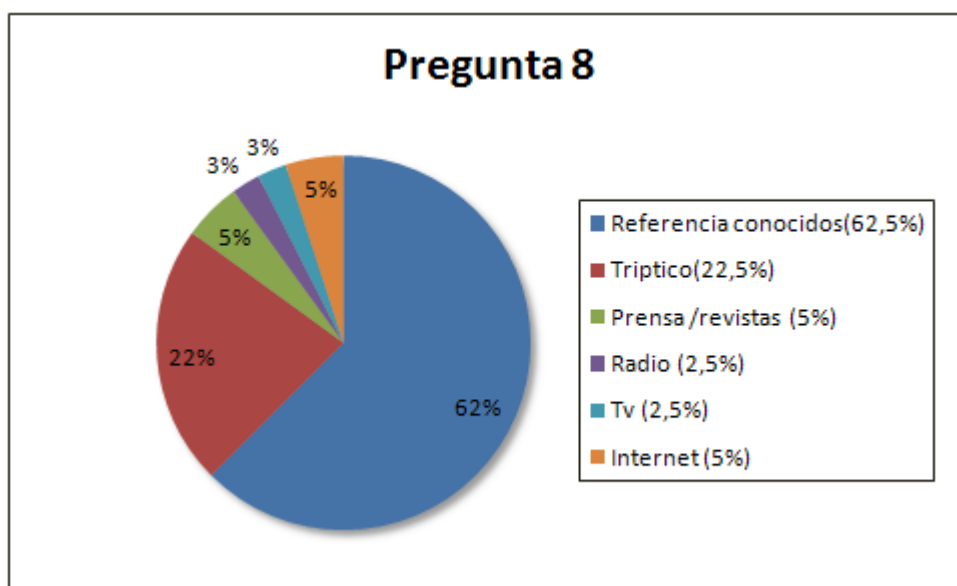
¿A través de que medios conoció el atractivo mencionado?

- a) Prensa/ revistas ____ b) Trípticos ____ c) Internet ____ d) Radio ____ e) TV ____
f) Referencia de conocidos ____

Cuadro No 2.28**Nombre:** Medios de comunicación

Prensa/Revistas	2	5	5
Trípticos	9	22,5	27,5
Internet	2	5	32,5
Radio	1	2,5	35
TV	1	2,5	37,5
Referencia conocidos	25	62,5	100
Total	40	100	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- El medio a través del cual más se informan los encuestados es en primer lugar por referencias de conocidos: 62,5%, seguido de trípticos (22,5%); también en menor porcentaje se informaron a través de prensa/revistas e internet: 5%. Los medios en los que menor porcentaje se informa son: Televisión y radio: 2,5%.

Pregunta 9*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por:*

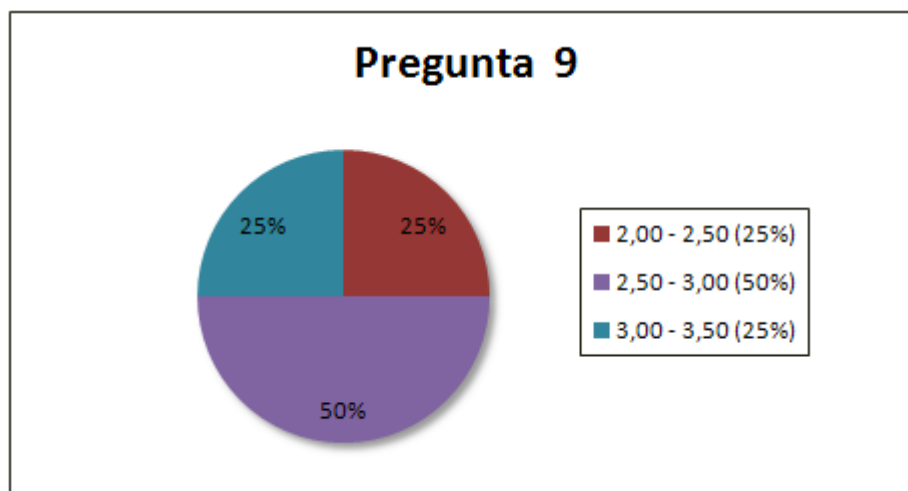
- Ingreso a cualquiera de los dos senderos: Vilatuña: 5 cascadas o Cóndor Machay: 1 cascada 90 metros, que incluye guianza?*

Cuadro No 2.29**Nombre:** Pago

\$2,00 - \$2,50	24	25	25
\$2,50 - \$3,00	48	50	75
\$3,00 - \$3,50	24	25	100

Total	96	100	
--------------	----	-----	--

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

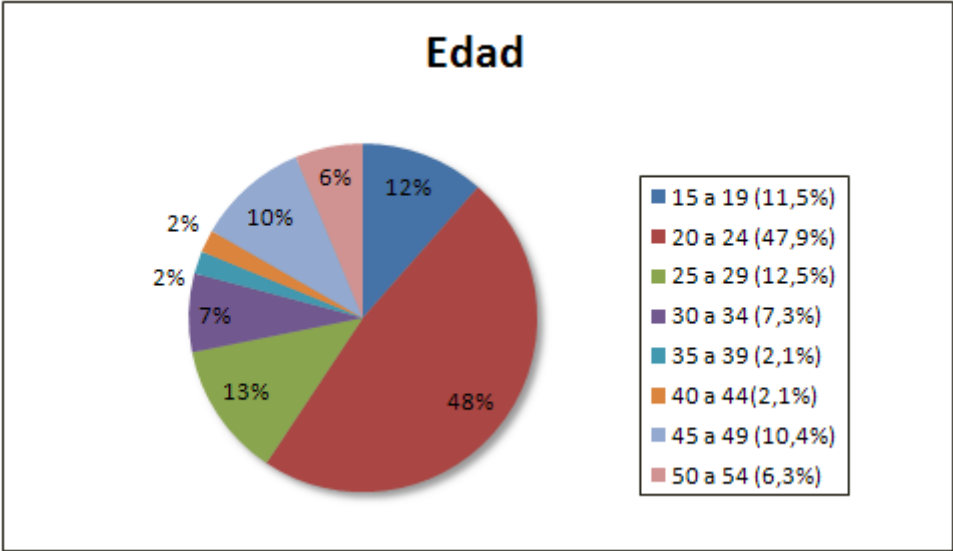
- El segmento de mercado encuestado estaría dispuesto a pagar por la entrada a cualquiera de los dos senderos en su mayoría entre \$ 2,50 y \$ 3,00 (25 %), mientras que con un mismo porcentaje (25%) los potenciales clientes estarían dispuestos a pagar entre \$ 2,00 - \$ 2,50 y entre \$ 3,00 - \$3,50.

Cuadro No 2.30

Nombre: Edad

15 a 19	11	11,5	11,5
20 a 24	46	47,9	59,4
25 a 29	12	12,5	71,9
30 a 34	7	7,3	79,2
35 a 39	2	2,1	81,3
40 a 44	2	2,1	83,3
45 a 49	10	10,4	93,8
50 a 54	6	6,3	100
Total	96	100	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



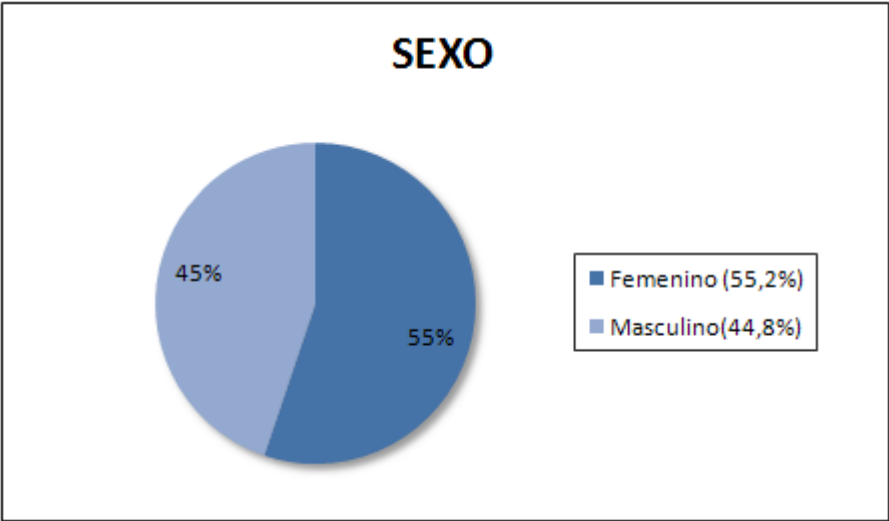
Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Cuadro No 2.31

Nombre: Sexo

Femenino	53	55,2	55,2
Masculino	43	44,8	100
TOTAL	96	100	

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.



Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Análisis:

- De las personas encuestadas el 92,7% desconocen la Ruta de cascadas Vilatuña y Cóndor Machay.
- De las personas que no conocían los senderos el 85,5 % estaría interesado en conocerlas.

Perfil del Cliente:

Variables que influyen en el comportamiento de la demanda:

Como factores trascendentales al momento de escoger un destino turístico el segmento escogido, ponderó como el factor más importante las atracciones 43,8%, seguidas de la seguridad (40,6%) y el precio (39,6%).

Al momento de ponderar como muy importante e importante los factores preferidos fueron: en primer lugar la diversión: 80%, seguida de las atracciones: 77,1% y posteriormente la seguridad que se puede brindar en un atractivo con el 72,2%.

Frecuencia de consumo:

Para el 37,4 % de los encuestados los feriados nacionales, serían las mejores fechas para visitar un atractivo natural que oferte turismo de aventura, seguido de un 25% que preferiría visitarlo cada tres meses.

Servicios Solicitados:

Los servicios más solicitados por los encuestados son:

Restaurante: 59,4 % Muy Importante e Importante 38,5 % y la Guianza: Muy Importante 56,3% e Importante 35,4%.

El tercer puesto en importancia de servicios a ser solicitados esta determinado por el: Parqueo: Muy importante 47,9% e Importante para el 37,5 %.

El Camping es un servicio Muy importante para 43,8% de los encuestados.

Y el área de Picnic es un servicio Importante para algunos (50 %) pero no prescindible para otros (25 %).

Actividades Adicionales:

En cuanto a las actividades adicionales que les gustaría que se ofertaran las Cabalgatas son las preferidas: Muy Importantes (37,5 %) e Importantes (42,7%) con una aceptación del 80,2 %; seguidas del Rappel: Muy Importante (45,8%) e Importante (33,3%): para el 79,10% y por último el Ciclismo de Montaña es Muy importante para el (31,3%) e Importante (42,7 %) para el 74 %.

Competencia:

De todos los encuestados el 63,5 % no conocen destinos turísticos compuestos de cascadas que oferten turismo de aventura en la provincia de Pichincha. Los destinos más representativos del 36,50% restante que si conocen destinos similares son: Mindo (40%), Molinuco (25,7%) y Chorrera del Pita (20%).

Medios de información:

El medio más utilizado para informarse que en este caso sería incidental está dado por referencias de conocidos: 62,5%, seguido de trípticos (22,5%); y en menor porcentaje se informaron a través de prensa/revistas e internet: 5 %

Precio:

El segmento de mercado encuestado estaría dispuesto a pagar en su mayoría entre \$2,50 y \$ 3,00 por el ingreso a cualquiera de los dos senderos.

Edad Promedio:

El segmento escogido para este proyecto está determinado entre 15 y 54 años por las razones previamente citadas, dentro de este segmento el grupo de edad más representativo para la Ruta de Cascadas como resultado de las encuestas esta ubicado entre 20 y 24 años.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA:

2.4.1 Oferta sustitutiva:

Para la determinación de la oferta sustitutiva se consideraron destinos que están posesionados en la mente del mercado objetivo como resultado de las encuestas pero no cumplen con los criterios necesarios a ser explicados posteriormente para ser tomados en cuenta como competencia directa.

- **Paraíso del pescador**

Ubicación Geográfica: Cantón Quito, Provincia de Pichincha.

Cercanías al atractivo como referencia: Calacalí a 36 km.

El "Paraíso del Pescador" es parte de la Hacienda San José, que funciona como hotel con 11 habitaciones más 3 cabañas y da servicio de restaurante cuyo principal ingrediente es la trucha. A las orillas del río Alambi se han dispuesto chozones con parrillas.

El criadero de truchas tiene 14 piscinas de engorde que alberga mensualmente a 10.000 alevines y una laguna artificial para la pesca.

Como uno de los atractivos principales de este destino se encuentra el teleférico, a través del cuál se puede observar la vegetación nativa propia de un bosque secundario.

- **San Marcos:**

Ubicación Geográfica: Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha,

Cercanías al atractivo como referencia: 33 km de Cayambe.

La Laguna de San Marcos se encuentra sobre terreno plano rodeada de elevaciones como el cerro Jatuncunga al Norte, el Cerro Mirador y Lomas Coloradas hacia el Sur, las Lomas de Muro Filo al este y el Filo de Falcas al oeste. Con un color azul oscuro, mide aproximadamente 600 metros cuadrados y su formación fue resultado de eventos volcánicos y glaciarios (Volcán Cayambe) que actúan simultáneamente.

Además de caminatas, actualmente se pueden pescar Truchas.

- **Pasochoa**

Ubicación Geográfica: Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

Cercanías al atractivo como referencia: 45 kilómetros al Sur-Este de la ciudad de Quito.

El Refugio de Vida Silvestre Pasochoa, posee una extensión de 500 hectáreas, contiene uno de los últimos reductos de bosque andino de la Sierra ecuatoriana. Se ofertan varias actividades para ser desarrolladas por los visitantes como caminatas por senderos (5 opciones que tienen una duración desde 30 minutos hasta 8 horas), programas educativos, cursos de flora y fauna.

Posee también un Centro de Educación Ambiental abierto todos los días, Restaurante de comida típica que atiende los fines de semana y feriados. Existe un área de camping y picnic.

2.4.2 Competencia Directa:

(Ver anexo 4)

El Cantón Rumiñahui se caracteriza por poseer gran diversidad de atractivos naturales siendo los más representativos el sinnúmero de chorreras que nacen en el curso del río Pita, así se puede observar que existen en la actualidad algunas que están muy bien posesionadas como el caso de la Chorrera del Pita que recibe gran afluencia de turistas nacionales todos los fines de semana, o el caso del Refugio Ecológico Molinuco que posee incluso como canal de distribución una Agencia Operadora en la ciudad de Quito.

A continuación el análisis de estos representativos destinos con su producto base y los servicios complementarios que ofertan, con el objetivo de establecer parámetros que aporten para la diferenciación competitiva de la ruta de cascadas.

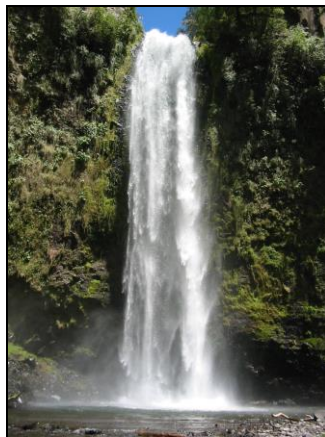
2.4.2.1 Factores para clasificarlos como competencia directa:

- a) CRITERIOS DE VALORACIÓN CRÍTICA: Se tomó en cuenta estos productos debido a que los tres primeros ofertan como producto principal cascadas, por otro lado estos productos reciben según la investigación realizada, visitantes ubicados dentro del segmento escogido para este proyecto (ciudades de Quito y Sangolquí); otro punto a tomar en cuenta para escoger a estos tres destinos es que en cuanto a tiempo de viaje tomando como punto de referencia a Sangolquí quedan a menos de cuarenta minutos al igual que La Ruta de cascadas a ser ofertada.

- b) TOP OF MIND: Se consideró a los destinos que están posesionados en la mente del consumidor, siendo el primero el Santuario de Cascadas de Mindo debido a que los resultados de la encuesta posicionan a este destino como el más conocido por el segmento objetivo, a pesar de la distancia del mismo en relación a las ciudades donde se encuentra el mercado objetivo.

2.4.2.2 Características de la Competencia Directa:

A. Chorrera del Pita o Gran Cascada



“La Gran Cascada”
Fuente: Municipio de Rumiñahui.

Descripción:

La cascada proveniente del río Pita de este atractivo, tiene una altura de aproximadamente 50 metros; en ella se encuentra una gran riqueza faunística.

- "La pequeña aventura" que es un circuito de 25 minutos;
- "La mediana aventura" que es un circuito de 45 minutos; y la
- “La gran aventura” que es un circuito de 120 minutos, esta última opción es la que conduce a la Chorrera del Río Pita

Servicios:

- **Servicio de guianza.**

Precio: \$ 20 guía profesional.

\$ 4 voluntario.

- **Hospedaje:**

a. Camping

b. Alojamiento bajo techo cubierto

- **Restaurante:**

Oferta:	Precio
Pollo con bebida	\$ 3
Trucha con bebida	\$ 3

B. Refugio Ecológico Molinuco:



“Cascada de Molinuco”

Fuente: Municipio de Rumiñahui.

Descripción:

El refugio se encuentra ubicado dentro de un bosque de 80 hectáreas de bosque, rodeado chorreras y cascadas en el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha.

FACILIDADES TURÍSTICAS.- En la casa de recepción se cuenta con servicios básicos: agua potable, sistema eléctrico, sistema de alcantarillado

OPCIONES TURÍSTICAS.- Caminatas por senderos ecológicos, paseos a caballo, pesca trucha arco iris, zona de recreación y descanso, juegos de salón, canchas deportivas.

Atractivos:

- Cascada Molinuco: Altura: 7 metros
- Vado el pescador
- Mirador los volcanes

Servicios:

- **Hospedaje:** Capacidad para 6 personas

Precio: \$ 8

- **Cafetería Restaurante:**

Oferta:	Precio
Desayuno Continental	\$ 2,50
Pollo	\$ 4
Trucha	\$ 4
Lomo	\$ 4

- **Parqueaderos**
- **Canchas deportivas**
- **Bar Karaoke**

C. Finca Inkamaya Proyecto Ecológico Rumibosque:



“Cascada Surohuayco”

Fuente: www.pichincha.gov.ec

Descripción:

En esta reserva de cinco hectáreas nació este proyecto turístico con el objetivo de mantener y promover la importante interacción entre el hombre y la naturaleza para que se respete a la misma y se fomente la conciencia de conservación.

Este es un proyecto que ha sido tomado en cuenta como competencia directa puesto que oferta un producto similar, la distancia de la población objetivo para el tiempo de viaje es equivalente entre los dos, y a pesar de que no esta posesionada en la mente del consumidor que representa la muestra, es un proyecto nuevo que se está desarrollando efectivamente.

Misión:

Impulsar de manera permanente la conservación de la biodiversidad, la preservación y manejo sustentable de los recursos naturales y la lucha contra la contaminación.

Atractivos:

A través de un único Sendero se puede visitar las siguientes cascadas:

- **Cascadas:**
 - Pailón de Oro
 - Yumbita
 - Suruhayco
- **Gradas colgantes junto a la Cascada Pailón de Oro**

Servicios:

- **Proyecto Construcción de Cabañas**
- **Camping**
- **Restaurante los fines de semana:**

Parrillada	\$ 3,50
Pollo a la Parilla	\$ 3,50
Pollo Frito	\$ 3,50
Gaseosas	\$ 0,50

D. Santuario de Cascadas Mindo:



“Cascada Reina”
Fuente: Isabel Gutiérrez.

Descripción:

Mindo es una pequeña población a 1.250 metros sobre el nivel del mar ubicada en una zona de influencia del bosque protector Mindo Nambillo, uno de los últimos reductos boscosos del Ecuador.

Allí, gran parte de sus habitantes han desarrollado un proceso de integración con su entorno natural, el ecoturismo es la actividad más importante de la zona, y existe gran interés por la conservación de los recursos. Muchos terrenos que anteriormente eran pastizales ganaderos, hoy son bosque recuperado.

Atractivos:

Existen tres senderos en los cuales se pueden observar cascadas:

Cuadro No 2.32

Nombre: Precios senderos de cascadas Mindo

Atractivo	Duración:	\$
Sendero Cascada reina:	1 hora	3 a 4 *
Sendero Ruta cascadas:	25 min	3 a 4*
Sendero Mindo Nambillo: Balneario	30 min	3

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

***Precios sujetos a temporada: temporada baja precios bajan para atraer turistas; precio sin incluir tarabita obligatorio para llegar a cascadas.**

Para poder llegar a cualquiera de los dos primeros senderos mencionados anteriormente se tiene que cruzar en la tarabita

Tarabita: \$ 2

Servicios:

- **Restaurantes Cercanos:**

Café Mindo.

Restaurante El Chef de Mindo

Actividades Complementarias

- Visita al río Mindo
- Rappel
- Cabalgatas
- Cuadrones
- Canopy
- Tubbing

Cuadro No 2.33

Nombre: Competencia Directa

Competencia	Producto	Ubicación	Precio	Servicios Complementarios	Precio
Chorrera del Pita	Cascada	Valle de los Chillos Cantón Rumiñahui	\$ 2	• Camping • Pesca Deportiva • Agroturismo • Alojamiento en techo cubierto	\$ 3 x persona \$ 1.50 x c/ trucha \$ 1 x persona \$ 4 x persona
Refugio Ecológico Molinuco	Cascada	Valle de los Chillos Cantón Rumiñahui	\$ 1.50	• Camping • Pesca Deportiva • Paseo a caballo • Zona deportiva	\$ 1.50 x persona \$ 1.50 x trucha \$ 1.50 media hora * Costo incluido en tarifa de sendero
Proyecto Ecológico Rumibosque	Cascadas	Valle de los Chillos Cantón Rumiñahui	Adultos \$ 2,00 Niños y tercera edad: \$ 1	• Cabalgatas • Camping	\$ 1 x 15min. \$ 1,50
Santuario de Cascadas Mindo	Cascadas incluido tarabita	Mindo Cantón Quito	\$ 5	• Cabalgatas • Cuadrones • Canopy • Tubbing • Rappel	\$ 6 – 10 x hora \$ 10 x hora \$ 7 + de 10 pax. \$ 5 \$10

Fuente: Análisis de la Competencia “Ruta de cascadas Rumipamba”.

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

2.4.3 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:

1. La oferta actual de este tipo de productos Ecoturísticos es muy variada, se observa que en la actualidad, se van adaptando poco a poco dichos productos con nuevas ofertas, que cada vez atraen más turistas.
2. Más de la mitad de los encuestados no conocen competencia para el Proyecto, lo que significa una oportunidad para el Proyecto.
3. Los productos analizados como competencia directa, tienen gran variedad de oferta, como es el caso del Santuario de Cascadas de Mindo, que es el sitio mejor poseionado dentro de la mente del consumidor del mercado potencial para este proyecto.
4. De la competencia analizada se puede observar un elemento en común la creación de actividades complementarias para el máximo disfrute del mercado.
5. Los precios de los productos son uniformes, siendo Mindo el que más altos precios tiene, sin que eso signifique que tenga menor demanda sino que más bien por el contrario es el que mayor demandantes recibe. En este sentido hay que destacar la variedad de actividades que ofrece entorno a las cascadas que son el objeto principal de comparación con el proyecto, además de la belleza paisajística, el clima y la fama internacional que posee lo cual le convierte en un destino competitivo.

Diferenciación del Producto:

1. Diferenciación en la ubicación:

El primer elemento que hace al proyecto competitivo es la cercanía del atractivo con el mercado objetivo (Valle de los Chillos y Quito), frente a Mindo

2. Diferenciación en las características Físicas:

El segundo elemento frente a la Chorrera del Pita, Molinuco es que el proyecto cuenta con dos senderos que conducen a dos atractivos diferentes, contando con mayores opciones de visita, en un sólo sendero se pueden observar cinco cascadas. Además de que el camino de acceso a los mismo esta sumamente deteriorado.

3. Diferenciación en el Servicio:

El tercer elemento diferenciador que este proyecto es la diversidad de alternativas de distracción que posee, puesto que además de ser el pionero en actividades como rappel, en el Valle de los Chillos, es pionero en la prestación de Servicios como Biking, lo que lo convierte además de ser un destino “Ecoturístico” en un destino de “Aventura”.

2.5 DETERMINACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO⁹:

El mercado objetivo para este proyecto son las personas que estén dispuestas a visitar estos dos senderos naturales, y consumir las actividades complementarias que se plantean con el objetivo de ofertar un servicio completo, que tengan conciencia de la importancia de conservar recursos naturales y los respeten.

Mercado Potencial:

El mercado potencial ha sido determinado de la cantidad de personas que cumplen con los criterios de segmentación previamente establecidos: 654131 (**Ver cuadro No 2.7**)

Mercado Disponible:

El mercado disponible de la Ruta de Cascadas está definido por el 85,7 % de turistas nacionales que respondieron que sí están interesados en visitar dicha ruta, esto es 578 906 personas al año.

Mercado Objetivo:

Para el análisis efectivo del mercado objetivo se deben considerar los siguientes parámetros:

1.- Mercado Promedio de la Competencia: Para el cálculo de este elemento también se consideró para obtener mayor certeza, después de una entrevista al Señor Osvaldo Leime (Propietario de la Chorrera del Pita), un promedio de visitantes que arriban a la Gran Cascada del Pita, en feriados y fines de semana en este sentido se determinó que el valor que se presenta es un valor prudente puesto que se está considerando captar el 50% de ese mercado actual ya que al ser un producto nuevo tendrá un proceso de crecimiento posterior. Visitas actuales al sendero Chorrera del Río Pita: 50 personas por día (fines de semana), aquí se debe considerar que en la actualidad Vilatuña y Cóndor Machay reciben aproximadamente 19 personas por día los fines de semana.

⁹ LIMA TREK, “Estudio de Mercado para la Creación de una Operadora de Turismo”, Lima, Perú

2.- Capacidad de carga diaria del sitio (Ver Estudio Ambiental): en este sentido es importante mencionar que se toma como referencia este estudio debido a que como se explicará posteriormente para el estudio ambiental existen otras variables trascendentales que influirán para evaluar y mitigar los impactos ambientales, el mercado objetivo a captar no rebasa los límites de la capacidad de carga de cada uno de los senderos.

Capacidad Cóndor Machay: 27 personas diarias

Capacidad Cascadas de Vilatuña: 18 personas diarias

Capacidad diaria total: 45

3.- Frecuencia de consumo: Para determinar adecuadamente los días que serán visitados con seguridad se tomó en cuenta:

Días del año de de mayor afluencia: fines de semana y feriados.

Fines de semana: 104 días al año.

Feridos: 10 días al año

Total = 114 días.

Mercado objetivo en fines de semana y feriados 25 personas por día.

Capacidad diaria total: 25 * Total de días a ser visitados: 114 = 2850 pasajeros anuales.

2.5 MARKETING MIX

2.6.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO:

Un camino trazado por los acantilados formados hace cientos de años por los lahares del majestuoso volcán Cotopaxi, requiriendo la afinación de sus cinco sentidos: Vista: espectacular paisaje: caídas de agua, acantilados, volcanes, parcelas; Oído: Canto de aves + impacto de caída del agua de cascadas, Tacto: Refrescante baño en vados + deportes de aventura; Olfato: perfume de bromelias; Sabor: Disfrute de la comida típica ecuatoriana.

La ruta de Cascadas de la Parroquia de Rumipamba, es un destino turístico enfocado a personas que disfruten de una vivencia completa con la naturaleza, que significa admirar el paisaje y respetarlo además de estar dispuestos a atravesar distintas aventuras.

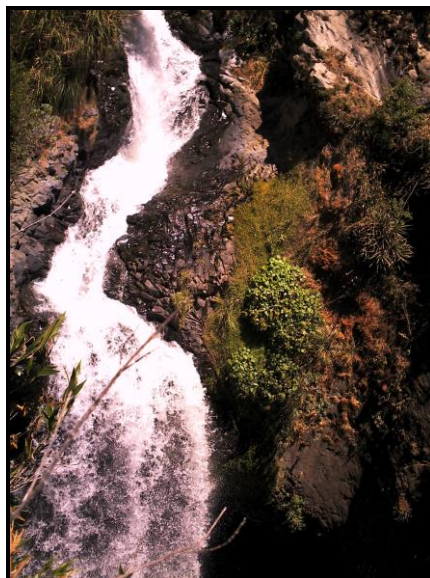
“El conocimiento del producto turístico y de las condiciones de la competencia, así como el análisis de los deseos y necesidades de la demanda, son los que nos permitirán lograr el punto de calidad necesario para competir en el mercado.

Forma en la que un cliente percibe o mide la calidad (por orden de importancia)

1. Actitud del personal y comportamiento (cortesía, actitud y atención al personal)
2. Satisfacción de necesidades
3. Comparación de experiencias pasadas con la actual
4. Diligencia (servicio rápido, tiempo de ejecución)
5. Precio (asequible, justo).”¹⁰

2.6.1.1 Descripción del Producto

1. Sendero de las Cascadas de Vilatuña:



Fuente: Municipio de Rumiñahui

¹⁰ FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR, “Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador”, Febrero del 2007, pág. 12

El recorrido se lo realiza por los bordes del río Pita dentro de un gran encañonado formado hace cientos de años resultado del acumulamiento de material volcánico del Cotopaxi y la constante acción erosiva del río Pita, cuyas paredes se encuentran cubiertas de material vegetal como musgo, líquenes y helechos.

DATOS REFERENCIALES:

MODALIDAD	Caminata / trekking
NIVEL FÍSICO	Medio/bajo

Actividades que se pueden desarrollar en el sendero:

- Observación de aves
- Observación de flora nativa
- Caminata
- Escalada
- Fotografía
- Educación Ambiental.

Infraestructura del sendero:

En la actualidad este sendero se mantiene intacto de intervención humana, no se han construido puentes para los cruces, existen escasos pasamanos en los lugares necesarios para el efecto, el Municipio de Rumiñahui se encuentra en la actualidad construyendo 4 puentes colgantes y tipo tarabita sobre los cruces para dar mayor seguridad en los cruces necesarios no en la totalidad puesto que esto restaría aventura a la visita que es lo que se busca desarrollar.

2. Sendero Cascada Cóndor Machay:



Fuente: Municipio de Rumiñahui

DATOS REFERENCIALES:

MODALIDAD	Caminata / trekking
NIVEL FÍSICO	Medio/alto

Actividades que se pueden desarrollar en el sendero:

- Observación de aves
- Observación de flora nativa
- Caminata
- Escalada
- Fotografía
- Educación Ambiental.

Infraestructura del sendero:

En la actualidad este sendero se mantiene intacto de intervención humana, no se han construido puentes para los cruces, existen escasos pasamanos en los lugares necesarios para el efecto, el Municipio de Rumiñahui se encuentra en la actualidad construyendo varios

puentes sobre los cruces para dar mayor seguridad en los cruces necesarios no en la totalidad puesto que esto restaría aventura a la visita que es lo que se busca desarrollar.

- **Equipo necesario para visitar los senderos:**

- ❖ Ropa liviana, Pantalón largo no jean ya que se vuelve muy pesado.
- ❖ Repelente de insectos.
- ❖ Zapatillas o zapatos deportivos para cruzar el río
- ❖ Poncho de agua, o chompa impermeable
- ❖ Un par de medias adicionales
- ❖ Zapatos adicionales
- ❖ Pantalón o calentador adicional, todo esto para cambiarse al volver de la visita.
- ❖ Las medicinas habituales según cada persona
- ❖ Cámara de fotos
- ❖ Larga vistas
- ❖ Una mochila de asalto
- ❖ Se puede llevar fruta (poca) para el camino, agua o bebida

Servicios del sector:

♠ **Alojamiento:**



Fuente: Isabel Gutiérrez

Cabe destacar que de acuerdo a información obtenida de la parroquia, después de una entrevista con el señor Victor Hugo Alcocer (representante de la junta parroquial) los turistas que pernoctan en el lugar básicamente lo hacen en el área de camping con equipos

propios, debido a la experiencia que ello significa, de acuerdo a la belleza natural del lugar, lo que concuerda con la demanda de los consumidores.

Como este es un proyecto que busca potenciar el desarrollo turístico de los dos senderos, se buscó ofertar servicios complementarios a los dos senderos, como es el Camping que se ve sustentado por los resultados de la encuesta.

Para el caso de personas que deseen alojarse bajo techo existe la opción de alojamiento en la casa del señor Victor Hugo Alcocér o alojamiento bajo techo, en los que se provee de esteras, con sus respectivos sleeping bag, además de la Hostería los Alisos ubicada a escasos minutos del ingreso a los senderos.

ÁREA DE CAMPING:

Se ofertará el área de Camping para los visitantes que deseen pernoctar en estas zonas, en sus carpas propias, en el caso de que quieran visitar un día un sendero y al siguiente el otro sendero o quizás realizar cualquiera de las actividades complementarias propuestas al día siguiente.

Capacidad: Número de carpas: 15

Infraestructura:

Número de basureros: 3

Baterías Sanitarias: 1 letrina.

Área de Fogatas, Área de Picnic (Mesas, sillas, Telas para el césped)

Cuadro No 2.34

Nombre: Presupuesto Área de Camping

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Letrina con dos inodoros	\$ 1000	1000
700 metros	Adecuaciones del Área Camping y Picnic	\$ 10 x metro	7000
10	Lámparas solares	\$ 6	60
3	Tachos de Basura	6,9	20,7
2	Tacho de basura pequeño	2,1	4,2
TOTAL			8084,9

Fuente: Ferrisariato
Arq. Vladimir Chávez
Elaboración: Isabel Gutiérrez

♠ Alimentación:



Fuente: Isabel Gutiérrez

Después de haber analizado la importancia que tiene este servicio para el mercado objetivo de este proyecto, se busca promocionar el Paradero Cóndor Machay.

En el sector de Rumipamba no se ve un desarrollo en cuanto a infraestructura de grandes magnitudes para alimentación. La oferta de restauración que existe en la actualidad esta bien manejada por la comunidad, el espacio y la infraestructura es adecuada, pero se deben implantar nuevas ofertas y capacitación a los proveedores del servicio que satisfagan los requerimientos de la demanda a ser analizados posteriormente.

Cuadro No 2.35

Nombre: Oferta Alimentos y Bebidas en Paradero Cóndor Machay

Sitio de Alimentación	Capacidad	Oferta
Paradero Cóndor Machay	12 personas	Truchas Parrilladas Caldo de Gallina Choclos con queso Cuyes

Fuente: Paradero Cóndor Machay.

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

La satisfacción del cliente es un factor fundamental a tomar en cuenta al momento de prestar el servicio de alimentos y bebidas, es por esta razón que se tomó como referencia al Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador, realizado conjuntamente por la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) y el

Ministerio de Turismo, el cual establece elementos muy importantes que se deben tomar en cuenta al momento de prestar dicho servicio.

(Ver Anexo 5)

♠ **Guianza:**

Este servicio será proporcionado por los guías nativos del sector, cabe recalcar que este servicio es opcional para el recorrido de los senderos y las cabalgatas pero imprescindible para realizar el rappel por el riesgo que implica y profesionalismo que demanda.

(Ver Anexo 5)

♠ **Parqueadero:**

En la boletería de la entrada a los senderos se cuenta con un parqueo que dispone de una capacidad para diez autos, tomando en cuenta que existe interés de la población por aumentar de ser necesario esta capacidad, pues si existe el espacio necesario en el que no se atenta contra la flora del sector.

Actividades adicionales a ser ofertadas:

❖ **Rappel o canoying:**



Fuente: www.wiraconsultant.com

Es un deporte que se practica en cascadas, básicamente es el descenso de las mismas a través de una cuerda sujeta a un arnés y otros equipos especiales.

Esta actividad puede ser desarrollada en cualquiera de las cascadas del Sendero de Vilatuña a excepción de la última Cascada porque no tiene condiciones óptimas para práctica de Rappel.

Este deporte es apto para todas las personas a partir de los 6 años de edad, y se proveerá de todo el equipamiento necesario.

Se ha considerado la adquisición de dos juegos completos de equipo por la demanda que se puede generar, al analizar que es la actividad complementaria preferida por un gran porcentaje de encuestados.

EQUIPO BÁSICO

Imprescindible:

- **1 cuerda dinámica (60mts. - diamtr. 10,5mm u 11,0mm.)** Recomendado para una altura de 30 metros aproximadamente que es la altura en la que se encuentran gran porcentaje de las cascadas en las que se realizará esta actividad. Actualmente el diámetro de cuerda que más se está imponiendo en la escalada deportiva es el de 10,5 mm, recomendado para menores alturas de 30 metros.
- **1 casco de escalada.**
- **Cintas express cortas y largas.** El número de cintas express es muy relativo.. Si por el contrario vas a empezar directamente en vías menos equipadas, en las que tú tienes que colocar tus propios seguros, necesitarás más que cintas express cortas, mosquetones sueltos y cintas largas o bagas (cordinos de diferentes longitudes) sueltos, ya que al tener que introducir empotradores, friends y demás utensilios, es necesarios colocar cintas largas para ejercer la menor fuerza sobre estos, así evitaremos que al traccionar en un sentido ascendente o contrario al de la caída estos seguros salgan.
- **4 mosquetones de seguridad normales.**
- **Herramienta autobloqueante.**
- **Arnés.**

Cuadro No 2.36**Nombre:** Presupuesto Rappel o Canyoning

	Cantidad	Costo individual	Costo total
Cuerda dinámica Marathon Sport 10.4 mm x 50m	2	\$167	\$334
Arnes Mammut (ajustable)	2	\$85,68	\$171.36
Desendador Huit D02	2	\$19	\$38
Ocho de rapell USA	2	\$16	\$32
Mosquetones Rocklock Screwgate	6	\$11,40	\$68,4
Cascos	2	\$ 87,36	\$174,72
TOTAL			\$ 818,48

Fuente: TATOO Cia. Ltda
Los Alpes Cia. Ltda
The Explorer Travel

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

(Ver Anexo 6)❖ **Paseo a caballo:**

Fuente: Isabel Gutiérrez

Número de caballos: 6

Descripción:

Las rutas escogidas para desarrollar esta actividad se mantienen puesto que se busca incentivar la participación y optimizar el conocimiento y experiencia de las personas locales del sector, las rutas a ser utilizadas son:

- La primera opción es el recorrido por el canal de agua que toma aproximadamente 1 hora, disfrutando del paisaje de páramo.
 - La segunda opción es el recorrido hacia las cascadas: “Gemelas” y “la Mamá y la hija”: Tiempo aproximado 3 horas.
 - La ruta de libre elección.
- **NORMAS:**
 - Por cada 15 pasajeros 1 guía nativo, en este sentido cabe recalcar que el proyecto se plantea iniciar el negocio con 6 caballos, pero si es el caso y se tuviera un grupo grande se puede realizar una alianza estratégica con el señor Patricio Díaz propietario del Rincón del Cóndor que tiene un buen stock de estos animales.

Cuadro No 2.37

Nombre: Presupuesto Cabalgatas

	Cantidad	Costo individual	Costo total
Caballos descendientes de raza nacional	6	\$300	\$1800
Monturas y juego de bozales	6	\$230	\$1380
TOTAL			\$3180

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

(Ver Anexo 6)

❖ **Ciclismo de montaña o biking:**



Fuente: www.surtrek.com

Número de bicicletas: 4

Las rutas a ser escogidas van a depender de los clientes, siempre recomendando cuales son las vías por las cuales es mejor no acceder por seguridad de los visitantes.

Las bicicletas a ser alquiladas tienen suspensión delantera y son específicamente para realizar ciclismo de montaña debido a las condiciones topográficas de la zona.

Cuadro No 2.38

Nombre: Presupuesto Biking

	Cantidad	Costo individual	Costo total
• Bicicletas	4	\$300	\$1200
• Cascos	3	\$29,12	\$87,36
TOTAL			\$1287,36

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

(Ver Anexo 6)

2.6.2 PRECIO:

Después de haber analizado factores como el precio promedio de la competencia, el valor que está dispuesto a pagar el mercado objetivo se llegó a la conclusión de que los siguientes precios serían los más convenientes para este proyecto.

Cuadro No 2.39

Nombre: Precio Senderos

Senderos	Precio*
Vilatuña	\$ 2,50
Cóndor Machay	\$2,50

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

*Precio establecido en base a encuesta y a Cuadro Comparativo de la Competencia.

El precio incluye:

- Ingreso a uno de los dos senderos.
- Guianza opcional por guías nativos, en caso de no solicitarla se dará una pequeña charla informativa sobre el uso y aprovechamiento adecuado de los senderos, para evitar riesgos y proteger los senderos que es uno de los intereses primordiales.
- Hay que considerar de que en el caso de solicitar guía naturalista se cobrará este valor adicional como se hace en destinos como la Chorrera del Pita cuyo costo se analizó previamente.
- Derecho al área de picnic.

Cuadro No 2.40

Nombre: Precios Servicios

SERVICIOS	PRECIO
Camping	\$ 1,50
Área de Picnic	Incluido en camping o ingreso sendero.
Área de Parqueo	\$ 0,50 por el tiempo que se ocupe.
Alimentos y bebidas: Oferta	
Truchas	\$ 2,50
Parrilladas	\$ 2,50
Caldo de Gallina	\$ 2,50
Choclos con queso	\$ 1,50
Cuyes	\$ 2,50

Fuente: Paradero Cóndor Machay.

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

En este cuadro se reflejan los precios de los servicios complementarios a la visita de los senderos, los precios anteriormente expuestos se generaron a partir del estudio de la competencia, observando que ofrecen por el precio al que comercializan su producto, en este sentido, no se estableció un precio superior como estrategia de posicionamiento, sino que más bien se hizo un media de precios e incluso se redujeron. Por ejemplo el Área de Camping y de Picnic del Proyecto es un espacio que ofrece todos los servicios necesarios como letrina, llaves de agua, luz: lámparas solares, área de fogatas, es decir servicios planificados ecológicamente, que dan todas las comodidades en un ambiente completamente ecológico. Lo

que falta a los destinos turísticos, pues existen estas áreas pero no poseen todos estos elementos en conjunto.

Para el área de alimentos y bebidas cuyo estudio no está incluido en este proyecto se menciona brevemente los precios con el objetivo de demostrar que existe una adecuada oferta a precios competitivos con relación a la competencia.

El área de parqueo, esta bien equipada, y es una ventaja, frente a destinos como la Chorrera del Pita, o Mindo que no tienen un área delimitada para este fin.

Cuadro No 2.41

Nombre: Precios actividades Complementarias

ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA	PRECIO *
Rappel	\$ 10
Paseo a caballo	\$ 4 x la hora
Ciclismo de Montaña	\$ 3 x 2 horas

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

*Establecido en base a la competencia y destinos con similares características:

- ♠ Molinuco
- ♠ Baños de Agua Santa
- ♠ Estudio Chorrera del Pita
- ♠ Mindo

Los precios de las actividades complementarias, se establecieron como se mencionó previamente en base a las tarifas aplicadas por la competencia, tomando en cuenta que es un proyecto nuevo, se redujeron en un porcentaje dichas tarifas, lo que hace aún más competitivo al proyecto.

2.6.3 PLAZA:

“La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo” ¹¹

¹¹ www.astrolabio.net

De acuerdo a entrevistas realizadas con expertos del manejo de este tipo de senderos ecológicos y al manejo que se ha venido dando de los diferentes atractivos turísticos de la zona se considera conveniente el manejo de los siguientes lugares para la distribución:

- ❖ **Centro de información turística del Cantón Rumiñahui: Municipio de Rumiñahui:** En la actualidad a este centro de información turística acuden un promedio de 60 personas al mes en búsqueda de información sobre los distintos destinos naturales y culturales del cantón.
- ❖ **Oficina “Rumifagcha” Cía Ltda:** Aquí además de entregar información turística se podrá contratar los servicios o actividades requeridas. Existirá un vendedor permanente quien se encargará de la contratación de los servicios. Además estará constantemente el Administrador para colaborar con cualquier inquietud que tengan los clientes.

2.6.4 PROMOCIÓN:

Después de haber analizado como se enteran los potenciales consumidores de la competencia se optó por aplicar una estrategia de Marketing directo:

- ❖ **Boca a Boca:**

Esta herramienta es una de las formas más efectivas para difundir las fortalezas y elementos diferenciadores de una compañía.

Entre los principales beneficios de esta herramienta está además de la mínima inversión requerida, la credibilidad de la misma que es lo más importante.

“Los clientes evalúan los productos y/o servicios en términos de calidad, características, beneficios, precio, y de cómo todos estos puntos se comparan con los de su competencia, además de considerar que tan fácil, rápida, conveniente, satisfactoria y agradable es la totalidad de la experiencia de su compra”¹².

¹² <http://www.miespacio.org>

Para poder poner en práctica esta interesante herramienta es necesario definir cuál sería el proceso óptimo para llevarla a cabo, en este sentido, una herramienta que se piensa implementar para aportar a conseguir el objetivo necesario del Boca a Boca, serán las encuestas de satisfacción al cliente, que servirán de guía para mejorar los procesos o incrementar la calidad del producto en el caso de ser necesario.

❖ **Brochures:**

Díptico:

Como objetivo generar una identidad del consumidor con el Producto.

Los dípticos serán distribuidos en universidades de Quito y el Valle de los Chillos; restaurantes: de comida típica puesto que son los lugares más concurridos por los habitantes de la ciudad de Quito y del Valle de los Chillos. También se los entregará en la Dirección de Turismo del Cantón, quienes se encargarán de repartirlos en todos los sitios que tengan planificado al igual que el resto de folletería de atractivos del Cantón.

❖ **Página Web**

www.valledecascadas.com

Se creará una página web en la que se encontrará además de la información necesaria sobre el producto, también número celular de contacto con la comunidad y el número de la oficina para realizar reservas, además del número telefónico de la Dirección de turismo del Cantón.

Aquí además se creará un link en la página www.ruminahui.gov.ec, que cuenta en la actualidad con información breve de estos dos senderos, para que quienes la visiten puedan acceder directamente con los proveedores del servicio. Costo a ser asumido por la municipalidad.

❖ **Medios Escritos:**

Para este tipo de medios se buscará siempre ubicar elementos de contacto, para que los lectores puedan reservar adecuadamente los servicios.

Prensa:

Periódico Soy Rumiñahui: Revista de circulación mensual publicada por el municipio de Rumiñahui, que contiene una sección de turismo, en la que previo acuerdo con la Dirección de turismo se pactará la publicación de Reportajes periódicos con las novedades de la ruta: como nuevas actividades, calendario de fiestas, nuevos paquetes.

Presupuesto: Gratuito.

Correos del Valle: Es un medio de información quincenal parte de diario el Comercio para la comunidad del Valle de Los Chillos y el Valle de Tumbaco y Cumbayá. La información que se plasma en este medio es gratuita y se la puede crear por medio del Señor Martín Goyes de la Dirección de Turismo del Cantón, quien es el encargado de canalizar los reportajes sobre diferentes destinos turísticos del cantón.

Presupuesto: Gratuito

Diario el Comercio: Se escogió este medio puesto que después de una entrevista con el Señor Osvaldo Leime, propietario del Sendero Ecológico de la Chorrera del Pita, como una de las estrategias que el utilizó para dar a conocer su atractivo, se llegó a la conclusión de que se incrementaron las visitas históricas después de un reportaje impreso en este medio. Así que se invitará a este medio para que realice un reportaje, pues por las referencias conocidas se sabe que existe constante interés por reportajes de atractivos turísticos.

Revistas:

Ecuador Terra Incognita: Se escogió esta revista puesto que está dirigida hacia gente que disfruta de la naturaleza y le gusta vivirla, es lo que busca este proyecto, poder dar a conocer una alternativa diferente de recreación que promueva los valores básicos de respeto hacia la naturaleza que es el medio que nos permite desarrollarnos como seres humanos. *Ecuador Terra Incognita* es una revista de circulación bimestral.

Presupuesto: Gratuito pues se invitará a algún representante de la misma con el objetivo de crear el interés para un potencial reportaje.

❖ **Ferias:**

Esta participación se canaliza a través de las ferias a las que asiste la Dirección de Turismo representando a todo el cantón, en el que se incluyen varios atractivos de la zona que son los que se busca promocionar, no tiene costo puesto que el costo del stand y demás gastos lo cubre la Dirección de Turismo del Cantón.

Cuadro No 2.42

Nombre: Presupuesto de Marketing

	Cantidad	Costo individual	Costo total
• Dípticos	2000	\$0,353	\$705,6
• Diseño Página Web	1	\$448	\$448
• Hosting web	1 año	\$60	\$60
• Creación de Marca	1	\$250	\$250
• Registro del Dominio	1	\$15	\$15
TOTAL			\$1478,6

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

(Ver Anexo 6)

2.6.5 PERSONAS:

❖ **Pobladores de la Parroquia de Rumipamba: Guías Nativos, Personal de Mantenimiento.**

Número de prospectos para guías Nativos disponibles en la parroquia: 10

De acuerdo a un convenio pactado entre la Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui y el Ministerio de Turismo se acordó capacitar en aspectos básicos de guianza a estas Quince personas, para posteriormente entregar la licencia de guías. El costo de esta licencia debe ser cubierto por los guías.

❖ **Personal que trabajará en la compañía limitada:**

Administrador.

Contador.

Vendedor.

❖ **Personal Departamento Turístico Cantón Rumiñahui.**

❖ **Clientes:**

Mercado Objetivo establecido previamente bajo ciertas condiciones mencionadas.

2.6.6 PROCESOS:

1. Organización adecuada de la comunidad:

- El primer aspecto a considerarse es la organización efectiva de la comunidad mediante un proceso de planificación, así se efectuarán reuniones en la junta parroquial con la comunidad para que se entienda efectivamente el verdadero proceso e importancia de la actividad turística en la zona, que implica la preparación de las diferentes actividades a ser ofertadas.

2. Obtención de los permisos necesarios:

Para obtener estos permisos se acudirá a la Dirección Turística del Cantón, al Ministerio de Turismo, y demás entidades mencionadas en el Estudio Gestión del proyecto.

3. Información turística:

Esta información estará localizada en la página web oficial de la ruta, y se dispondrá de la misma en la dirección de Turismo del Cantón que es uno de los puntos centrales de distribución del producto.

- Señalética a lo largo del sendero:

4. Desarrollo del servicio.

5. Retroalimentación:

Para este proceso se contará con elementos como guías de satisfacción al cliente.

2.6.7 EVIDENCIA FÍSICA:

- **Marca:** Este proyecto se denominará bajo el nombre comercial “Valle de Cascadas”.

Lema: “Paraíso escondido en los Andes”.

- **Logotipo de la ruta de cascadas:** Se escogió al animal Chucuri, puesto que además de ser un animal que habita en la zona del proyecto, proyecta una imagen nueva para este tipo de productos, se aplicaron equipos de montaña para destacar la aventura.

(Ver anexo 6)

- **Díptico.**

Contenido: Este díptico va a incluir: Logo de la ruta; Fotos de las cascadas; servicios complementarios; objetos necesarios a llevar; mapa de localización; número de contacto; email; dirección de página web.

- **Página Web**

Contenido: Contendrá la misma información ampliada que el díptico con mayor número de imágenes.

- **Señalética a lo largo de los senderos.**
- **La Creación de un rótulo con un mapa de la ruta:**

Este mapa será ubicado por la Dirección de Turismo del Cantón al ingreso de Selva Alegre, puesto que los localizados a la altura del Triángulo y Sangolquí no dan la información suficiente de dónde queda el sitio ni de cómo llegar.

2.7 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO:

- La demanda de productos ecoturísticos en el Ecuador está conformada casi en su totalidad por el mercado de las zonas urbanas, por lo que el segmento escogido para este proyecto es adecuado.
- El segmento escogido muestra un gran porcentaje de desconocimiento del Atractivo turístico de este proyecto, pero por otro lado ratifica su interés en un gran número por conocer este atractivo.
- La seguridad, la diversión, las atracciones y el precio son factores que influyen de gran manera en el segmento objetivo al momento de decidir cual es el destino que visitarán, es por esta razón que se los consideró para el desarrollo efectivo de un producto que garantice la inserción de estos elementos.
- Para determinar con mayor precisión la época de ocupación, se consideraron los fines de semana, los feriados nacionales fechas en las que de acuerdo a destinos con similares características, resultados de la encuesta y visitas históricas recopiladas de manera general en el sector, son los días en los que acuden con seguridad los visitantes a disfrutar de los atractivos.
- El proyecto ofrece actividades complementarias a la visita de los senderos cuya puesta en marcha se sustenta en la demanda del mercado objetivo, que busca además de disfrutar de paisajes, servicios que les provean de diversión y aventura.
- Las tarifas ofrecidas en el Estudio de Mercado, son tarifas competitivas estructuradas en base a la competencia y a cuando estaría dispuesto a pagar el segmento objetivo, se redujeron ciertos precios como estrategia de introducción de un producto nuevo.
- La calidad del servicio es el eje fundamental de la prestación del servicio, puesto que se busca potenciar la generación del “Boca a Boca”, y la mejor manera de conseguirlo es a través del mejoramiento continuo del producto siempre obteniendo información acerca de la satisfacción del cliente.
- El segmento investigado desconoce en gran porcentaje destinos con características similares al proyecto, siendo esto una oportunidad para el proyecto de potenciar las ventajas comparativas (Número de atractivos turísticos) y competitivas (Actividades complementarias, precio bajo en base a producto ofertado) del proyecto.

CAPÍTULO 3

GESTIÓN DEL PRODUCTO

3.1 OBJETIVOS:

3.1.1 Objetivo General:

- Estudiar el mejor modelo de gestión del producto turístico para que la prestación del servicio sea de la mayor calidad y aporte para la satisfacción de los potenciales clientes.

3.1.2 Objetivos Específicos:

- Investigar todos los parámetros legales para el correcto funcionamiento del Proyecto
- Generar estrategias participativas de desarrollo socioeconómico.
- Determinar aspectos fundamentales para la capacitación de los prestadores de servicios.
- Definir la mejor alternativa de organización de la comunidad para la prestación del servicio.

3.2 INTRODUCCIÓN:

En este capítulo se busca determinar el mejor modelo de manejo para los dos senderos, para que sea una guía adecuada, en la que se establezca no sólo el manejo financiero de los ingresos por la prestación del servicio sino que también se establezca adecuadamente quien deberá manejar cada uno de los servicios a ser prestados, y como gestionar sosteniblemente los recursos.

Lograr una efectiva gestión de esta área implicará la organización de una estructura operativa de gestión local, integrando a la comunidad y propietarios de las tierras, La Dirección de Turismo del Cantón y las Juntas locales (organismos del gobierno territorial).

La parroquia de Rumipamba es una parroquia netamente agrícola, pero posee varios elementos a los que se les puede dar mayor valor: sus particularidades paisajísticas, su

diversidad biológica, la riqueza y diversidad de sus ecosistemas, y su gente, le dan a la parroquia una particular identidad natural, cultural y por lo tanto la necesidad de generar un estilo de desarrollo diferente, el cual deberá estar sujeto a dichos importantes valores territoriales.

“La participación organizada y sistemática de la población local, no sólo es un requisito ineludible en los procesos de desarrollo local, sino que es la única garantía de lograr una efectiva política de conservación y desarrollo de dichas áreas. La población que vive en torno a dichas áreas constituyen sus mejores custodios y garantes, y es a ellos a quienes hay que apostar y fortalecer.

La implementación de las áreas naturales protegidas, permiten generar un producto turístico diferenciado, y un destino turístico diferente, a nivel regional y nacional.

Este producto diferenciado se basa en:

- *En la observación y disfrute ordenado de la naturaleza y sus procesos naturales.*
- *En la información científica y de divulgación de sus riquezas naturales, históricas y culturales*
- *En la generación de productos artesanales naturales*
- *En una gastronomía típica, basada en los recursos naturales de cada sitio*
- *En la posibilidad de contar con un equipamiento e infraestructura mínima que asegure el disfrute ordenado, la información y la seguridad del visitante.*
- *En una forma de gestión específica: participativa, descentralizada y organizada, con participación articulada del sector privado, público, político y técnico local”¹³.*

3.3 ESTUDIO LEGAL

3.3.1 Parámetros Legales:

¹³ www.world-tourism.org

3.3.1.1 Legalidad de la operación de los senderos:

La longitud de estos senderos que colindan con el río Pita ha sido objeto de grandes investigaciones por parte de organismos del sector público en su afán de determinar quien debe manejar estos senderos, en este sentido se recomienda que con los antecedentes anteriormente planteados continúen siendo gestionados por la Junta Parroquial, quien en la actualidad tiene la potestad de manejar estos dos senderos turísticamente, ya que se sustenta en la Ley de Juntas Parroquiales el desarrollo de Actividades Turísticas: *“Coordinar con los consejos provinciales, concejos municipales y demás entidades estatales y organizaciones no gubernamentales todo lo relacionado con el medio ambiente, los recursos naturales, el desarrollo turístico y la cultura popular de la parroquia y los problemas sociales de sus habitantes”*.¹⁴

En coordinación con lo anteriormente expuesto es importante mencionar que el Municipio de Rumiñahui firmó una ordenanza que les permite desarrollar la actividad anteriormente mencionada.

Aquí hay que recalcar que se debe llegar a un acuerdo entre los propietarios de los terrenos que desembocan en el río y la comunidad que ha utilizado estos senderos hace mucho tiempo atrás, porque el interés primordial de quienes habitan en esta parroquia debe ser crear estrategias de avance participativo conjunto para que estos senderos puedan ser desarrollados turística y sustentablemente, ya que no se puede dar ningún otro uso a estos territorios por su ubicación junto al río. Hay que destacar que se deben aprovechar los conocimientos de quienes habitan en la zona pues ellos han crecido en este pueblo y pueden aportar positivamente para que el desarrollo turístico de la zona en cuestión sea importante. Aquí se recomienda que para que no existan disputas los recursos sean destinados para el

¹⁴ <http://eva.utpl.edu.ec/door/uploads/539/539/paginas/pagina5.html>: Ley Orgánica De Las Juntas Parroquiales Rurales, Cap. II.

mantenimiento adecuado de los senderos, y obviamente para quienes trabajen en ellos.

3.3.1.2 Constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada:

Para prestar un servicio, en este caso el de las actividades complementarias y comercializar el producto es necesario poseer una figura jurídica que sustente el desarrollo de estas actividades, después de investigar el modelo jurídico que más se encaja a la situación de la comunidad del sector que es la que en realidad está interesada en desarrollar la actividad turística aprovechando la belleza natural de la zona, se llegó a la conclusión de que sería necesario optar por el siguiente modelo:

Compañía de Responsabilidad Limitada, puesto que además, éste es el único modelo jurídico que acepta el Ministerio de Turismo para poder ofertar las actividades turísticas.

Este tipo de Compañías se rigen por la Ley de Compañías, por lo que se mencionarán ciertos artículos importantes para su constitución.

Art. 1.- Contrato de Compañías: Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

3.3.1.2. a Proceso de Constitución de una compañía de Responsabilidad Limitada:

- 1.- Reserva de Nombre (entregar 3 opciones de nombre) Superintendencia de Compañías.
- 2.- Con el documento anteriormente mencionado, abrir una Cuenta de Integración con el monto del Capital en cualquier Banco.
- 3.- Minuta de Compañía de Responsabilidad Limitada, Abogado en libre ejercicio.
- 4.- Escritura pública, Notario (**Ver Anexo 7**)
- 5.- Nombramiento del representante Legal y Sustituto.

6.- Publicación de la escritura en la Prensa (domicilio de la Compañía).

7.- Inscripción en el Registro Mercantil.

3.3.1.2. b Características Compañía de Responsabilidad Limitada:

“**Art. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirarla, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.”¹⁵

La compañía va a estar conformada por tres socios:

- ♠ Ramiro Alcocer.
- ♠ Víctor Alcocer.
- ♠ Isabel Gutiérrez

3.3.1.2. c Capital:

“**Art. 102.-** El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo

¹⁵ LEY DE COMPAÑÍAS, 2003, Pág. 16

del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

- **Aportes en numerario o dinero:**

Art. 103.- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Cuadro No 3.1

Nombre: Aportaciones de los socios.

Socio	Aportación en dólares
Ramiro Alcocer	9655
Víctor Alcocer	9655
Isabel Gutiérrez	9655
TOTAL	28965

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

- **Aportes en especies:**

Art. 104.- Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas”.¹⁶

3.3.1.3 Permisos de funcionamiento (Ver anexo 7):

1.- RUC: Registro Único de Contribuyentes:

¹⁶ LEY DE COMPAÑÍAS, 2003, Págs. 17, 18.

- 2.- Patente Municipal
- 3.- Registro Ministerio de Turismo: y el pago del 1 * 1000 sobre los activos fijos.
- 4.- Certificado de afiliación a la Cámara Provincial de Turismo Capítulo Rumiñahui
- 4.- LUAF Licencia Única Anual de Funcionamiento
- 5.- Certificado del IEPI Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual
- 6.- Permiso de Funcionamiento: Cuerpo de Bomberos.

Cuadro No 3.2

Nombre: Gastos de Constitución de la Compañía

Rubro	Monto a pagar
Notaría	\$ 210
Registro Mercantil	\$ 170
Publicación en la prensa	\$ 65
Nombramientos: Representante Legal y Sustituto	\$ 50
Honorarios Abogado	\$ 500
Ruc	\$ 0
Patente	\$ 360
Registro Ministerio de Turismo	\$120
Pago 1 * 1000 sobre activos fijos	\$26
Afiliación a la Cámara de Turismo	\$ 290
LUAF	\$ 120
Certificado IEPI	\$ 70
Permiso de Bomberos	\$ 9
TOTAL	1990

Fuente: Notaría Cantón Rumiñahui.
Abogado Juan Francisco Andrade.

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

Varios de estos rubros fueron calculados en base al monto del capital estimado, con la colaboración del Doctor Juan Francisco Andrade, estos valores tienden a cambiar dependiendo del monto del capital porque cada institución tiene su política para el establecimiento de las tarifas, por otro lado también se pueden reducir las tarifas en el caso de la realización de varios de los trámites por cuenta propia. Además se considerará un pago anual por estos permisos como la Licencia Única Anual de Funcionamiento, el Pago a la CAPTUR, entre otros.

3.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO:

3.4.1 Organización para la gestión¹⁷.

- Para lograr una efectiva y eficiente gestión de esta área natural, y la generación de beneficios económicos para la comunidad local, se recomienda la formación de una estructura de funcionamiento que asegure:
- Una efectiva **gestión** del área en forma **descentralizada**
- **Participación organizada** de la comunidad.
- Participación comprometida de la **Junta Parroquial**
- Asesoramiento de un **equipo técnico** que garantice con fundamentos técnicos la gestión del área.
- La **educación y capacitación**, en el propio proceso de gestión.
- En una perspectiva del desarrollo sostenible y de la gestión local del territorio, se sugiere fomentar la creación de Grupos de trabajo en torno a cada una de las Actividades.

3.4.1.1 Grupos de Trabajo locales para la Gestión de la ruta de Cascadas:

- **a) Comunidad** que conforma la parroquia.
Sería deseable que dicha Comisión se organizaran con personería jurídica, la cual estaría representada por una Comisión Directiva.
- **b) Junta local:** al menos un representante de la Junta Parroquial correspondiente a su jurisdicción
- **d) Equipo técnico:** Representado por las instituciones que tienen competencia directa en la gestión de las áreas: Ministerio de Ambiente, Dirección de Turismo del Cantón.

¹⁷ www.world-tourism.org

3.4.1.2 Oportunidades para la comunidad:

Según la Organización Mundial del Turismo, varias son las ventajas para las comunidades que se ven envueltas en la planificación de proyectos turísticos: Este destino es un destino ecoturístico y de aventura, puesto que los elementos naturales con los que se dispone son apropiados para la práctica de este tipo de modalidades. El modelo ecoturístico que se pretende manejar constituye además de un desafío una gran oportunidad para la comunidad local, ya que entorno a este atractivo se pueden desarrollar:

- Servicios de transporte de visitantes (terrestre, fluvial, etc.)
- Desarrollo de servicios gastronómicos.
- Ampliación y fortalecimiento de los actuales servicios de alojamiento (hotelería, establecimientos de agro y ecoturismo).
- Servicios de guías turísticos, guardaparques y guardavidas (lagunas, costa, lagos, ríos).
- Venta de artesanías, documentos de divulgación, mapas, postales, etc.
- Microempresas locales para realizar los equipamientos y/o construcciones.
- Posibilidades de generar una oficina de reservas, de planificación y diseño de circuitos turísticos, de venta de paquetes turísticos, que pueda autofinanciarse con sus propias ventas.

3.4.1.3 Capacitaciones a considerar:

*“Debe existir un programa de entrenamiento dirigido a todos los empleados de las operaciones turísticas para mejorar las habilidades y el desempeño del personal en el desenvolvimiento de sus actividades y en el trato a los clientes, diseñado de tal manera, que pueda ser monitoreado y evaluado periódicamente”.*¹⁸

- **Ámbito Ambiental:**

Todo el personal involucrado con la operación turística deberá recibir continuamente educación y capacitación en temas de sostenibilidad turística, ambiental, y social de

¹⁸ CORPORACIÓN PARA LA CONSERVACIÓN Y EL DESARROLLO, “Programa de Certificación de Turismo Sostenible para Operaciones Turísticas de Tierra”, Febrero del 2006, pág. 21

acuerdo a las funciones específicas de cada miembro, para reducir las posibilidades de generar impactos negativos.

1. Los empleados deben estar debidamente informados sobre la política ambiental de la empresa.

a) Debe haber un sistema de difusión (carteleros, impresos, etc.) de material informativo e instructivo.

2. Debe existir un programa de educación ambiental dirigido a todos los empleados involucrados en la operación turística.

3. Todos los empleados deben conocer, en forma práctica, la importancia ecológica de la conservación del medio ambiente.

a) Los trabajadores deberán participar al menos una vez en recorridos realizados por guías especializados, quienes harán valorar el medio ambiente al personal de la operación.

- **Guías Nativos:**

- Leyes, reglamentos y normas vigentes.
- Interpretación de historia natural y cultural.
- Procedimientos de emergencia y primeros auxilios.
- Trato al turista.
- Impactos negativos del turismo mal manejado.
- Manejo de desechos sólidos
- Cultura General
- Los guías nuevos deberán recibir entrenamiento.

Cuadro No 3.3**Nombre:** Cuadro de Capacitación

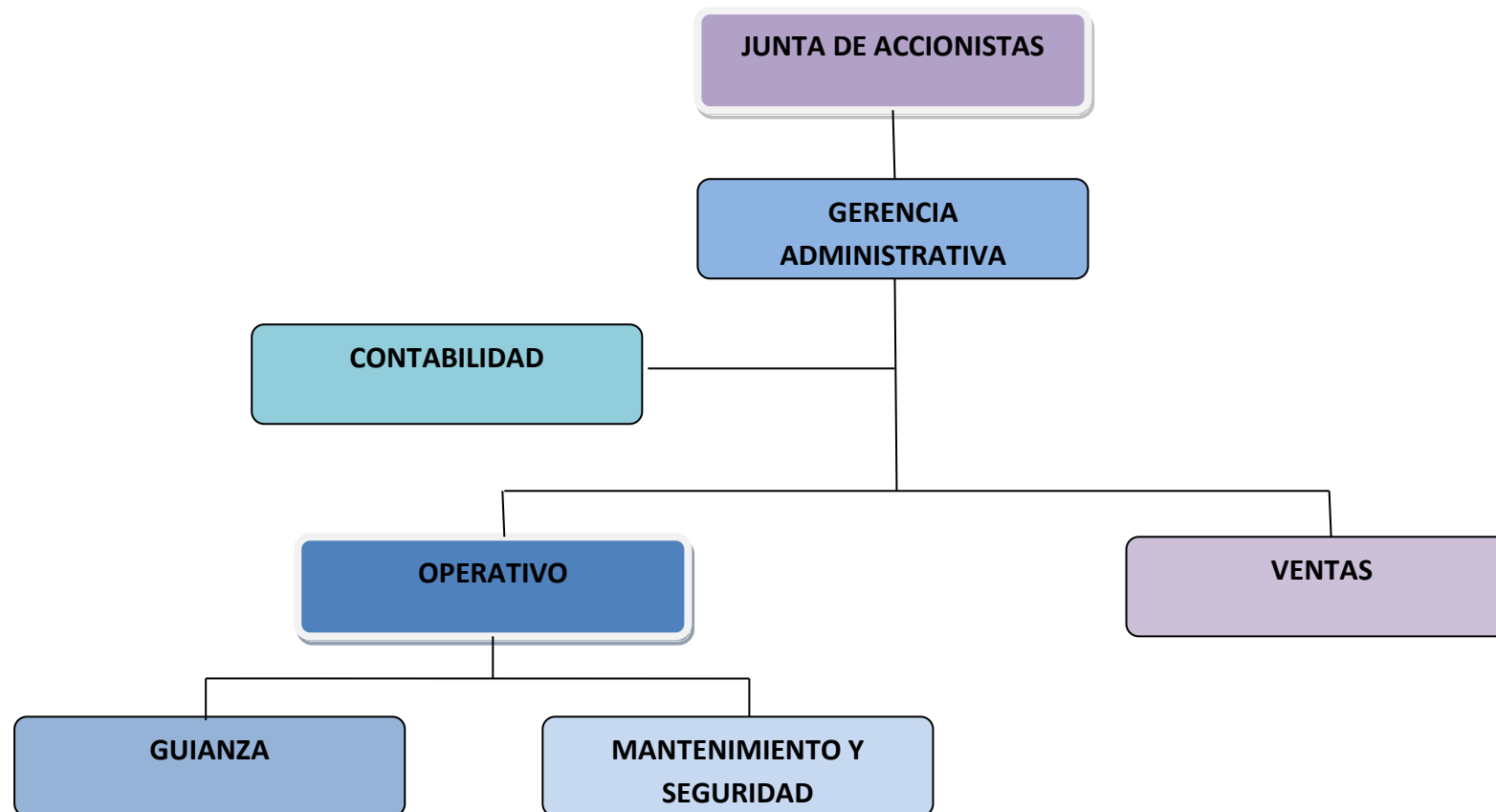
Curso	Entidad Responsable	Alcance del Curso	Temas a tratar
Guías Nativos	Ministerio de Turismo	Obtención de su Licencia de guías Nativos	Marco legal de la actividad Turística. Planta Turística. Relaciones Humanas. Historia, Geografía, Flora, Fauna. Primeros Auxilios. Temas Medio Ambientales.
Manejo de Canoying	Ministerio de Turismo	Prestación legal de los servicios de este deporte de aventura (bajo acuerdo Ministerial)*	Manejo técnico y seguro de todo el equipo necesario para canoying.

Fuente: Ministerio de Turismo, Área de Capacitación.

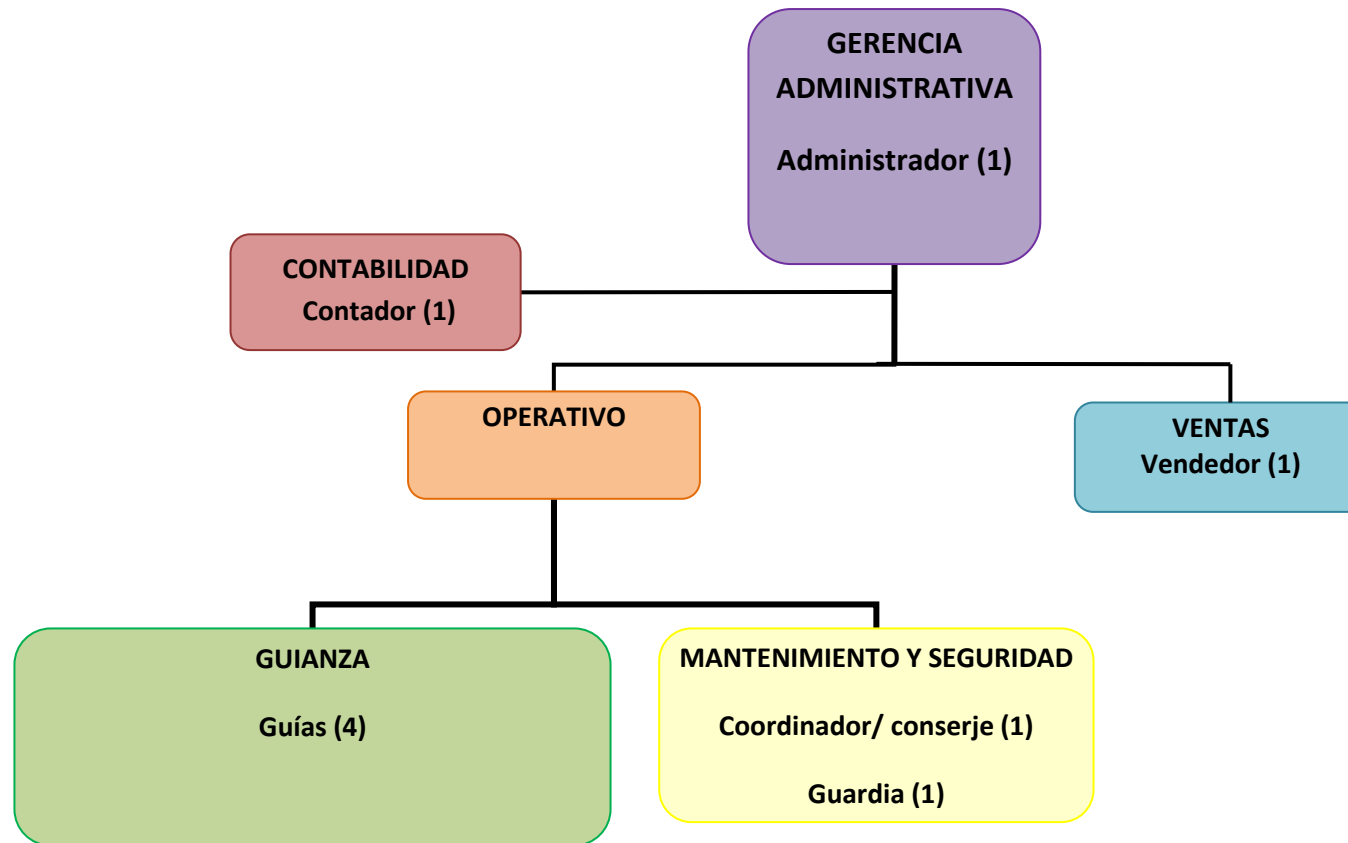
*Entrevista personal Andrés Montenegro, Encargado del Área de Capacitación Ministerio de Turismo.

3.4.2 Organigramas:

3.4.2.1 ORGANIGRAMA DEPARTAMENTOS:



3.4.2.2 ORGANIGRAMA POR PUESTOS:



3.4.3 Áreas de Gestión:

3.4.3.1 MANEJO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA:

Responsable:

Número: 1 persona.

Perfil Profesional:

- ∞ Profesional universitario que haya obtenido título en Administración de empresas Turísticas y Hoteleras.
- ∞ Conocimientos de contabilidad y finanzas.
- ∞ Manejo de Sistemas Informáticos (Office).
- ∞ Nivel Medio de Inglés.
- ∞ Experiencia en empresas que hayan ofertado productos turísticos similares.

Perfil Personal:

- Honesto
- Responsable
- Paciente
- Organizado
- Creativo
- Respetuoso
- Trabajador

Funciones:

- Planificar, Organizar, Dirigir, coordinar, controlar y evaluar las políticas financieras, de recursos humanos, así como también realizar y evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas empresariales.
- Coordinar la elaboración de tours, con todo el equipo encargado de la gestión.
- Coordinar actividades de capacitación.
- Organizar y dirigir reuniones periódicas del personal que conforma el equipo de gestión del producto.

- Orientar el trabajo del personal que conforma el equipo de gestión.
- Recopilar material fotográfico y bibliográfico para ampliar las fuentes de información promocional, y encargarse de obtener contactos para realizaciones de reportajes.
- Seleccionar y aplicar las herramientas administrativas necesarias para mejorar la calidad de la prestación del servicio.
- Promover el cumplimiento de buenas conductas en todo el equipo de gestión.
- Formular y revisar periódicamente las políticas de promoción, precios, ventas, etc., para su aprobación y evaluación con el equipo de gestión.
- Realizar una lista de proveedores y visitarlos continuamente para evaluar la calidad y el precio de los productos a adquirir.

3.4.3.2 MANEJO DEL ÁREA DE VENTAS:

Responsable:

Número: 1 personas.

Perfil Profesional:

- ∞ Conocimientos de Sistemas Informáticos (Office).
- ∞ Conocimientos técnicos del atractivo turístico.

Perfil Personal:

- Carismático.
- Respetuoso
- Responsable
- Agradable
- Buen negociador.

El área de Ventas va estar localizada la Oficina de la Compañía (Vallecito) en dónde se llevarán a cabo las siguientes actividades:

Funciones:

- Recibir llamadas.
- Realizar reservaciones
- Dar información de todos los servicios que se prestan en el sector.

- Recibir al visitante.
- Encargarse de la comercialización del producto turístico: Área de Camping, Cabalgatas, Canoying, Biking, Senderismo.
- Prestar un servicio de calidad al cliente para que se genere una promoción de boca a boca de los clientes.

3.4.3.3 ÁREA DE GUIANZA:

Perfil Profesional:

- ∞ Licencia de Guía Nativo certificada por el Ministerio de Turismo.
- ∞ Conocimientos de Primeros Auxilios
- ∞ Experiencia en el manejo de grupos de turistas.
- ∞ Instructor de cayoning.

Perfil Personal:

- Amable
- Positivo
- Proactivo
- Amable, cordial.
- Puntual

Funciones:

Para poder prestar un servicio de calidad es importante establecer parámetros

- Preparar las condiciones más favorables para el tour.
- Cuando los turistas lleguen explicar sobre el viaje y preguntar por sus intereses y sus expectativas.
- Conducir a los turistas a los diferentes atractivos de su comunidad.
- Interpretar los recursos naturales de la zona.
- Cuidar de la seguridad del turista.
- Velar por la protección y respeto del medio ambiente
- El guía debe tener todo lo necesario para la realización del tour como la comida y bebida. Aquí aclarando que siempre deberá contar al igual que los participantes de estas caminatas con una funda plástica para el manejo de los

desechos así como también para retirar cualquier desecho inesperado en el camino.

- Durante las caminatas solo debe usar los senderos establecidos y no apartarse de ellos.

3.4.3.4 ÁREA DE MANTENIMIENTO Y SOPORTE:

Responsables: 2 personas.

Perfil Profesional:

- ∞ La única característica necesaria es que tenga buen estado físico para poder desplazarse continuamente.

Perfil Personal:

- Responsable
- Organizado

Esta área va a estar encargada de dar apoyo operativo al área de guianza y a la Compañía Limitada Rumifagcha.

Funciones:

- Dar mantenimiento a los senderos: apoyar para cortar ramas que estorben, vegetación caída, inspeccionar las condiciones de los senderos, es decir si es adecuado o no que sean visitados los senderos pues existen épocas del año que el río tiende a crecer y no es recomendable que se los visite.
- Apoyar en el caso de ser necesario para la realización de actividades como el canyoning que requiere de gran seguridad para la prestación del servicio.
- Venta de tickets de ingreso al inicio de los senderos.
- Vigilancia de los automóviles.

3.4.3.5 ÁREA DE CONTABILIDAD:

Responsables: 1 persona

Perfil Profesional:

- ∞ Título superior y ser calificado CPA
- ∞ Conocimiento de leyes y Reglamentos para aplicar correctamente las políticas fiscales del Gobierno.
- ∞ Conocimientos en sistemas informáticos (contables).

Perfil Personal:

- Honrado
- Organizado
- Paciente

Funciones:

- Realizar todos los balances de situación de la empresa cada bimestre.
- Pagos correspondientes a personal, impuestos, declaraciones, pagos al IESS, etc., que tenga la compañía.
- Presentar al administrador los informes bimensuales sobre la actividad y el movimiento financiero de la compañía.

3.4.4 Horarios de Trabajo:

Área Administrativa:

El horario de trabajo para esta Área va a estar determinado de la siguiente forma:

De 8:00 a 13:00, una hora para el almuerzo y de 14:00 a 17:00, en un total de 8 horas diarias de martes a sábado y el día domingo el horario será de 9:00 a 15:00.

Para el caso del contador contratado por horas el horario será un día de 8 horas cada quince días.

Área Operativa:

Guías Nativos:

Para el personal del Área de Guianza los horarios de trabajo son relativos puesto que dependerán del flujo de llegada de los pasajeros.

Personal del Área de mantenimiento:

El horario de trabajo es todos los días de 8:00 a 17:00 con una hora y media para el almuerzo, y deberán turnarse en el caso de que existan personas en el área de camping para dormir esos días por cualquier requerimiento que tengan los clientes.

3.4.5 Sueldos y Salarios:

El pago de los sueldos al personal, se va a representar en el rol de pagos de la compañía para aquellos sueldos pertenecientes al personal administrativo, y al personal operativo del Área de Mantenimiento.

El pago del contador va a constar como servicios prestados puesto que no es personal de planta, para lo que se solicitará la previa presentación de la factura para realizar las retenciones necesarias y demás obligaciones con el Estado.

Para el caso de los guías que no tienen contrato de personal de planta de la empresa sino que la manera de compensar los servicios prestados será a través del pago de una comisión por cada entrada vendida a ser detallada más adelante.

3.4.5.1 Aporte Patronal al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social):

Todo empleador tiene la obligación de reconocer y depositar mensualmente en el IESS el 21,50% de los ingresos normales que perciben los empleados. El 12,15% corresponde al Aporte Patronal mientras que el 9,35% corresponde al aporte personal que debe realizar el empleado.

Cuadro No 3.4**Nombre:** Costos Anuales por Aporte Patronal IESS 12,15%

Numero de personas	Descripción del puesto	Salario unitario	IESS 12,15% Mensual	IESS 12,15% Anual
1	Administrador	700	84	1008
1	Vendedor	200	24	288
1	Conserje	160	19,2	230,4
1	Guardia	160	19,2	230,4
TOTAL				1756,8

Fuente: Auditor Carlos Castro

Elaboración: Isabel Gutiérrez.

3.5.2 Décima Tercera Remuneración:

Valor que equivale a las remuneraciones normales percibidas durante un año dividida para doce, si el trabajador no ha trabajado por los doce meses entonces se procederá a cancelar la parte proporcional al tiempo trabajado. La fecha tope de pago es el 24 de diciembre.

Cuadro No 3.5**Nombre:** Costos Anuales por Décimo Tercero

Número de personas	Descripción del puesto	Salario unitario	Decimo Tercero
1	Administrador	700	700
1	Vendedor	200	200
1	Conserje	160	160
1	Guardia	160	160

Fuente: Auditor Carlos Castro

Elaboración: Isabel Gutiérrez.

3.5.3 Décima Cuarta Remuneración:

“Es un beneficio al que conforme el Art. 113 del Código del Trabajo tienen todos los trabajadores, y que corresponde por tal beneficio una remuneración básica mínima unificada del trabajador en general vigente, para el presente año (2007) es de \$170,00”¹⁹.

En el caso de que el trabajador no haya trabajado el año completo se le cancelará la parte proporcional según el tiempo trabajado.

¹⁹ <http://www.mintrab.gov.ec/MinisterioDeTrabajo//SalarioMinimo/WFDecimoCuarta2.aspx?id=60>

Cuadro No 3.6**Nombre:** Costos Anuales por Décimo Cuarto Sueldo

Número de personas	Descripción del puesto	Salario unitario	Decimo Cuarto
1	Administrador	700	170
1	Vendedor	200	170
1	Conserje	160	170
1	Guardia	160	170

Fuente: Auditor Carlos Castro
Elaboración: Isabel Gutiérrez.

3.5.4 Fondo de Reserva:

Todo patrono está en la obligación de depositar el equivalente a un mes de sueldo o salario, después del primer año de trabajo. Dicho valor deberá depositarse en el IESS hasta el 30 de septiembre de cada año.

Cuadro No 3.7**Nombre:** Costos Anuales por Fondos de Reserva

Numero de personas	Descripción del puesto	Salario unitario	Fondos de Reserva
1	Administrador	700	700
1	Vendedor	200	200
1	Conserje	160	160
1	Guardia	160	160

Fuente: Auditor Carlos Castro
Elaboración: Isabel Gutiérrez.

3.5.5 Vacaciones:

Todo empleado tiene derecho a gozar de 15 días de vacaciones ininterrumpidas cada año. Este derecho nace al completar el año de servicio. La vacación es pagada. El pago equivale a la veinticuatroava parte de lo percibido por el trabajador durante el año inmediato anterior. Luego del quinto año de trabajo para el mismo empleador, el empleado tiene derecho a un día adicional de vacación por cada año excedente.

Cuadro No 3.8**Nombre:** Costos Anuales por vacaciones.

Numero de personas	Descripción del puesto	Salario unitario	Vacaciones
1	Administrador	700	350
1	Vendedor	200	100
1	Conserje	160	80
1	Guardia	160	80

Fuente: Auditor Carlos Castro
Elaboración: Isabel Gutiérrez

3.5.6 Costos Anuales por Sueldos y beneficios:

Cuadro No 3.9

Nombre: Costos Anuales por Sueldos

Descripción del puesto	Salario unitario	Total Anual
Administrador	700	8400
Vendedor	200	2400
Conserje	160	1920
Guardia	160	1920
Contador	100	1200
TOTAL		15840

Fuente: Auditor Carlos Castro
Elaboración: Isabel Gutiérrez.

Cuadro No 3.10

Nombre: Costos Anuales por Beneficios.

Descripción del puesto	IESS 12,15% Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	
Administrador	1008	700	170	700	350	
Vendedor	288	200	170	200	100	
Conserje	230,4	160	170	160	80	
Guardia	230,4	160	170	160	80	
TOTAL	1756,8	1220	680	1220	610	5486,8

Fuente: Auditor Carlos Castro
Elaboración: Isabel Gutiérrez.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO AMBIENTAL

4.1 OBJETIVOS:

4.1.1 Objetivo General:

- Analizar posibles impactos ambientales provenientes de la actividad turística, para prevenir, atenuar y compensar los daños ambientales que pueda causar en su entorno.

4.1.2 Objetivos Específicos:

- Manejar un modelo de gestión ambiental enfocando en el desarrollo de turismo sostenible.
- Establecer una cuota fija sobre los productos vendidos para que sea destinada a planes de conservación.
- Suministrar parámetros de desempeño social y ambiental y buenas prácticas de manejo a la operación turística

4.2 INTRODUCCIÓN:

Este proyecto está buscando como uno de los marcos principales la protección del medio ambiente conjuntamente con el desarrollo adecuado de un producto turístico que pueda satisfacer los requerimientos de la demanda, es por esta razón que se va a analizar la mejor manera de operar para prevenir eficientemente la destrucción del entorno natural que a través de su belleza fomenta las visitas al sitio. Se busca implementar el concepto de desarrollo sostenible para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados, sin dejar de lado el concepto de Desarrollo Sustentable, aquí se debería analizar efectivamente que concepto es más aplicable de acuerdo a las características de este proyecto.

Turismo Sostenible:

”Aquel que satisface las demandas de turistas y regiones anfitrionas en el presente, mientras se protegen y se optimizan oportunidades para el futuro. Se concibe como dirigido hacia un manejo de todos los recursos en forma integral de tal manera que necesidades económicas, sociales y estéticas pueden ser cumplidas, y al mismo tiempo se mantengan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.”²⁰

Desarrollo Sustentable:

“El Desarrollo Sustentable, concepto propuesto por la Comisión Brundtland de las Naciones Unidas, supone reencaminar los esfuerzos de crecimiento y desarrollo hacia un proceso que permita legar a las generaciones venideras, de manera equitativa y con pleno respeto al medio ambiente, el mismo acceso a los recursos naturales y la misma oportunidad de mejor calidad de vida que ha disfrutado hasta ahora una porción apenas pequeña de la humanidad.”²¹

“Estilo de desarrollo que apunta a dos aspectos centrales: a) garantizar a toda la población una calidad de vida digna (empleo, respeto a sus derechos humanos, democracia, educación, vivienda, equidad de género, salud y servicios básicos) y b) garantizar un manejo adecuado de los recursos naturales bajo un estricto respeto a las capacidades de recarga de los ecosistemas ya los equilibrios ecológicos, no sólo en el presente, sino también en el futuro.”²²

4.3 GESTIÓN AMBIENTAL:

Para lograr el cumplimiento de los objetivos ambientales se propone trabajar en el siguiente plan de manejo que plantea estudiar la situación actual del sector, los posibles impactos y como manejar de manera sostenible la actividad turística para disminuir dichos impactos.

Tomando en cuenta que este proyecto es un estudio de prefactibilidad se analizará de manera general el impacto ambiental estableciendo las líneas base para el adecuado manejo de la zona.

²⁰ OMT, Estrategia Nacional de Ecoturismo, pág. 8

²¹ www.cce.org.mx

²² <http://cruzadabosquesagua.semarnat.gob.mx>

4.3.1 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL:

4.3.1.1 Capacidad de Carga y Metodología de Límites Aceptables de Cambio (LAC)²³

Después de analizar lo importante que el desarrollo sostenible significa para este tipo de proyectos se llegó a la conclusión de que para estos senderos de cascadas el método de monitoreo más adecuado sería la Metodología de Límites Aceptables de Cambio (LAC), conjuntamente con la Capacidad de Carga de estos dos senderos, en este sentido el grado de impacto depende de diversas variables además de la cantidad de uso como el comportamiento de los visitantes, la construcción y adecuación de los senderos, el correcto desenvolvimiento de los guías, entre otras.

“Límites de Uso Aceptable (LUA) es un término utilizado para definir el máximo nivel de visitantes que un área puede sostener sin sacrificar la experiencia del visitante o los valores de los recursos ecológicos, estéticos o naturales.”²⁴

Los límites aceptables de cambio es un proceso desarrollado por el Servicio de Bosques de los Estados Unidos para enfrentar los impactos de los visitantes, fundamentalmente en situaciones de vida silvestre. Admite que el cambio es inevitable pero establece límites con respecto a qué grado de cambio es aceptable.

4.3.1.2 Identificación de los potenciales impactos ambientales:

- ∞ Modificación o destrucción del hábitat
- ∞ Disturbio a la fauna.
- ∞ Amplitud de los senderos
- ∞ Contaminación de Ríos
- ∞ Erosión
- ∞ Manejo Basura
- ∞ Deforestación por el uso de áreas para acampar, o leña para realizar fogatas.
- ∞ Fogatas en lugares no permitidos

²³ LEIME, Osvaldo, “ Plan para el Manejo de las Actividades Ecoturísticas para el Sendero Ecológico Chorrera del Pita en la Parroquia de Pintag”, 2006, Pág. 60

²⁴USAID: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional , “Guía Ambiental de USAID, Buró de Latinoamérica y el Caribe”, pág. 36

- ∞ Incendios forestales
- ∞ Pesca en el río
- ∞ Tratamiento para aguas servidas
- ∞ Eliminación de desechos sólidos o líquidos.

Una vez determinados los potenciales impactos ambientales que se pueden generar con el proyecto, se podrá determinar el plan de manejo adecuado.

4.3.1.3 Plan de Manejo Ambiental:

Para desarrollar planes de gestión Ambiental se debe tomar en cuenta aspectos ecológicos y sociales. Para realizar un plan de manejo efectivo lo que se propone es utilizar primeramente la capacidad de carga de los senderos (**Ver Anexo 8**) después para obtener mejores resultados se aplicará como se mencionó anteriormente la Metodología de Límites Aceptables de Cambio.

Evaluación Ecológica y Social:

La evaluación ecológica debe identificar los sitios que deben evitarse, así como aquellos que deben desarrollarse, y el grado de infraestructura desarrollado considerado permisible, los campamentos, los centros para visitantes, las oficinas administrativas, el alojamiento para el personal, las carreteras, etc.

Las evaluaciones sociales identifican la gente que utiliza el área protegida y la forma en que sus actividades afectan los ecosistemas, así como la experiencia actual y futura de los visitantes. Las encuestas sociales también se pueden utilizar para determinar si se puede establecer una sociedad sostenible entre los gestores del turismo y las comunidades locales

Posteriormente se debe desarrollar un plan de turismo para establecer parámetros en relación con el desarrollo de la infraestructura (los caminos, los sitios para acampar); el número, localización e intensidad de las visitas turísticas; y las responsabilidades por los planes de monitoreo del impacto medioambiental:

- Establecer reglamentos en base a la investigación previa del impacto ambiental que tienen los visitantes en la zona.

Los siguientes constituyen puntos clave que deben considerarse al establecer pautas de gestión:

- Establecer objetivos y evaluar si los objetivos se han cumplido
- Consultar con los guías y los conductores que llevan a los turistas a las áreas meta.
- Obtener asistencia técnica de los científicos que han estudiado los impactos del turismo.
- Organizar reuniones o talleres con las personas afectadas involucradas en el desarrollo del turismo.
- Utilizar pautas de otros países como modelo cuando sea apropiado.

4.3.1.3.a Indicadores Biofísicos:

- **Basura:**

En la actualidad el camión de la basura pasa por la parroquia cada quince días.

No existen basureros en la zona del proyecto.

Manejo:

1. Se colocarán dos basureros de distintos colores con tapa en la zona de camping y en el área de picnic con el objetivo de clasificar los desechos en orgánicos e inorgánicos, con una breve descripción en cada uno de que tipo de basura debe ir en cada cual.
Así se podrá utilizar los desechos orgánicos como abono para los cultivos de la zona o como alimento para animales que viven en la zona.
Para la recolección de la basura se solicitará al Municipio de Rumiñahui, dependiendo de la necesidad que el recorrido del camión de basura sea semanal en lugar de quincenal, aspecto posible de acuerdo a la Dirección de Higiene Ambiental.
2. Conjuntamente con el ticket de entrada a los senderos se entregará un funda para que los visitantes puedan introducir ahí cualquier desperdicio de comida que se pueda generar, con la recomendación de que “Todo lo que llegó de afuera debe salir de los senderos”. No se implementarán basureros en los senderos porque se busca que todo desecho sea devuelto a las casas de los visitantes, así se recomendará llevar lo necesario para que no se generen demasiados desechos.

- **Fogatas en lugares no permitidos:**

En la actualidad no existen zonas específicas para realizar fogatas, se observa que se las hace en una zona en la que actualmente los campistas se quedan a dormir.

Manejo:

1. Adecuación de un área de fogatas en la zona de camping para que no se generen incendios forestales o quema de la vegetación, con la indicación pertinente del personal acerca del uso efectivo de esta área. La adecuación debe incluir: Debe haber un lugar específico, señalizado y marcado para las fogatas.
2. Vigilancia en las zonas en las que se generaba este tipo de acciones para impedir cualquier problema.

- **Áreas de Camping:**

Es importante analizar el sitio adecuado para las zonas de Camping para que los campistas no corran riesgos al estar muy cerca del río; además de la seguridad para los campistas hay que considerar sitios en los que no exista demasiada vegetación que pueda ser destruida por toda la actividad que se genera en estas zonas como fogatas en sitios no permitidos, o el pisoteo constante que se genera.

Manejo:

1. El primer paso importante es educar a los turistas sobre el uso adecuado de la zona de camping, dónde pueden hacer fogatas, hasta donde pueden armar sus carpas.
2. Después vigilar constantemente que los campistas estén siguiendo las reglas planteadas.

- **Manejo de Desechos humanos:**

La parroquia de Rumipamba cuenta con el servicio de alcantarillado, no en su totalidad pero sí en un porcentaje; en la zona de camping no existe alcantarillado.

Manejo:

Para este tipo de proyectos se recomiendan varios sistemas de manejo de desechos humanos:

1. Hoyo de Gato: El hoyo de gato es la técnica más efectiva para fomentar la descomposición y degradación de las heces fecales en donde no hay facilidades sanitarias; es importante promulgar un adecuado uso por parte de los visitantes

Aspectos a tomar en cuenta para la construcción de un hoyo de gato:

La compañía de guías de montaña de Argentina propone los siguientes elementos para tomar en cuenta en el caso de que nos encontremos lejos de las letrinas o sanitarios del proyecto:

Cavar con una pala pequeña o un objeto que permita hacer un hueco en la tierra (hueco de 15-20 centímetros de profundidad). Después de haberlo ocupado taparlo con la tierra que se dejó a un lado al cavarlo.

Seleccionar un sitio por lo menos a 60 metros de una fuente de agua, camino o campamento.

Un buen sitio es un lugar expuesto al sol, de preferencia con mucha materia orgánica.

Se recomienda, si se desea colocar algunas hojas secas o ramas que estén alrededor para ayudar a la descomposición y disimular el área.

2. Letrinas: Las letrinas ecológicas secas tienen dos cámaras (A y B), no usan agua, y separan la orina de las heces mediante la taza ecológica, la taza tiene una separación que sirve para separar los líquidos de los sólidos: la orina se conduce hacia un depósito subterráneo relleno de grava, que puede servir como fertilizante.

Diseño de una letrina de fosa y recomendaciones de uso (Ver Anexo 9)

Mantenimiento:

Semanal, dependiendo de uso; agregar una taza de cal o aserrín dos veces por semana, remover.

3. Manejo del Papel higiénico:**Recomendaciones:**

La primera recomendación en cuanto a papel higiénico es la adquisición no sólo para las letrinas incluso para el Restaurante de Papel Higiénico Ecológico que puede ser adquirido en supermercados como Santa María, puesto que produce menor impacto al Medio Ambiente.

Usar el papel higiénico con medida; se lo puede quemar cuidadosamente en una pequeña lata, tratando de no esparcir las brasas.

Tanto como para el papel higiénico como para el caso de las toallas sanitarias lo más recomendable es llevarlos en una funda de regreso a la ciudad o depositarlos en el baño más cercano, las toallas deben ser necesariamente llevadas de regreso.

- **Calidad del Agua:**

La cuenca del río Pita según datos de la Dirección de Ambiente del Municipio de Rumiñahui, a esta altura no se encuentra con graves problemas de contaminación como otros ríos de la Provincia, sin embargo es importante tomar medidas de manejo para el adecuado monitoreo de la calidad del agua que forma estas cascadas.

Manejo:

1. Recolección de muestras de agua periódicas para ser enviadas a la Dirección de Ambiente del Cantón para determinar la calidad del agua conforme se va desarrollando la actividad.

- **Senderos:**

En la actualidad existen dos senderos como se ha mencionado anteriormente que tienen las siguientes longitudes: Vilatuña: 1.20 metros; Cóndor Machay: 1 metro aproximadamente, y se toma como referencia estos valores porque las características a cada uno de los lados del río pueden variar.

Recomendaciones:

- Es importante mantener los senderos actuales.
- Instruir a los visitantes del adecuado uso de los mismos, en el caso de no solicitar guía.
- Realizar mantenimientos periódicos (puede ser una vez por semana) de los senderos que forman parte de la ruta (limpieza de vegetación caída, retiro de obstáculos, mantenimiento de letreros).
- Se recomienda que los senderos tengan un ancho inferior a 1.20 metros.
- Se recomiendan grupos de máximo 9 personas, para cada uno de los senderos con el objetivo evitar un pisoteo exagerado y disturbio a la fauna. En este caso después de haber analizado el mercado meta del proyecto, es apropiado el número de visitantes que se pretende asistan a estos senderos.

Señalización:

En la actualidad la Dirección de Turismo del Cantón conjuntamente con la Dirección de Planificación y Ambiente del Gobierno de la Provincia de Pichincha se encuentran realizando un proyecto de señalética en este Sector, para que cumpla con todas los requerimientos planteados por el Ministerio de Turismo.

Esta señalización debe estar enfocada a ser una guía de comportamiento para los visitantes así como también debe proveer toda la información importante de la diversidad ecológica de los

senderos, sin que esto quiera decir que se deba incluir aspectos demasiado técnicos: práctica y concreta. Debe aportar para que en ningún momento los turistas tengan idea de estar perdidos. En los paneles de interpretación sería importante incluir imágenes atractivas de la zona con el objetivo de llamar la atención de los visitantes, las imágenes y colores adecuados están determinados por el estudio de la señalética realizado por parte del Ministerio de Turismo; en el caso de los colores más adecuados se los debe analizar mediante un estudio previo, tomando en cuenta colores que llamen la atención, sin que esto quiera decir que no concuerden con el paisaje.

Donde se deben marcar obligatoriamente los Senderos:

- En los cruces o bifurcaciones
- En las dos orillas de un barranco o río con caudal continuo que haya que vadear (no es obligatorio si hay puente, pasarela, etc.).
- En los puntos de acceso y salida del sendero a carreteras y pistas.
- En entradas y salidas de zonas de campo, cuando no sean evidentes.

Criterios de Acondicionamiento del Sendero

Servicios:

- Señalización horizontal y vertical.
- Información escrita.
- Campamentos

El Acondicionamiento del Sendero

- **Posibles trabajos en el acondicionamiento del sendero:**
- Drenajes.
- Restauración o creación de estructuras (puentes, pasarelas, etc.).
- Marcaje horizontal Y vertical.
- Preparación de escaleras o escalones.
- Todos estos elementos deben ser considerados por el Municipio de Rumiñahui quien en la actualidad tiene a su cargo el Acondicionamiento de los senderos.

- **La Compatibilidad del Senderismo con el Entorno Natural**

La virtud del senderismo, además de brindar la oportunidad de conocer unas tierras y sus gentes, está en su pleno respeto con el entorno natural. El contacto con el mundo natural y rural es pleno, por lo que los senderos deben ser unos lugares privilegiados para estrechar lazos con la naturaleza.

Para ello es necesario cumplir ciertas normas, que podrían ser:

- Respetar el trazado de los senderos y no utilizar atajos, sobretodo en las zonas más sensibles a la erosión (pendientes herbosas...)
- Respeto a la población local y a sus propiedades. Cierra los portillos en los cercados, puertas de las cabañas, refugios, etc.
- Los perros por norma deben ir atados para que no molesten ni asusten al ganado o fauna salvaje.
- Respeto y cuidado de las fuentes y cursos de agua, sin verter en ellos detergentes, productos contaminantes ni residuos.
- Respetar y disfrutar del silencio, para oír la música de la naturaleza
- La recogida de plantas y frutos del campo están reguladas o prohibidas en muchas zonas de la montaña, especialmente en los parques y reservas naturales.

Equipamiento:

Acciones que se deben considerar en función de la seguridad:

- Escaleras
- Puentes o vados para cruces de río.
- Los trabajos que se tengan que hacer buscarán la plena integración en el paisaje y la utilización, a ser posible, de los propios materiales de la zona.

Los senderos deben contar con todas las seguridades necesarias, en este sentido se han colocado pasamanos en sitios estratégicos, en el caso del sendero de Vilatuña se puede observar seguridades en el mirador natural del primer vado; otra prioridad para el Municipio

de Rumiñahui es la construcción de varios puentes con materiales favorables para el tipo de senderos no en todos los cruces pero si en aquellos que realmente es necesario porque la construcción de muchos puentes además de restarle aventura a los senderos puede llegar a ser un impacto visual o incluso natural debido a todo el proceso que significa construir los mismos.

Materiales:

Se aconseja que sean materiales locales que vayan acorde con el sitio, como madera de Eucalipto.

Como materiales de apoyo se plantea utilizar folletos, paneles de interpretación.

4.3.1.3.b Indicadores Sociales turísticos experienciales:

- **Satisfacción del Cliente:**

La satisfacción del cliente es uno de los ejes fundamentales para el desarrollo de este proyecto, por eso su opinión cuenta.

Manejo:

Se propone a los visitantes llenar una encuesta de satisfacción después de visitar los senderos o consumir los demás servicios con el objetivo de lograr evaluar sus criterios y poder llegar a mejorar aquellos aspectos en los que existen deficiencias.

Cuadro No 4.1**Nombre:** Matriz de Satisfacción al Cliente.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Caminatas Guiadas				
Atención Recibida				
Conocimiento del guía				
Infraestructura				
Estado de los Senderos				
Señalización				
Limpieza del lugar				
Apariencia General				
Canyoning				
Seguridad				
Estado de los equipos				

Fuente: “Plan para el Manejo de las Actividades Ecoturísticas para el Sendero Ecológico Chorrera del Pita en la Parroquia de Pintag”

Elaboración: Isabel Gutiérrez A.

4.2.1.3.c Indicadores Económicos:

- **Rentabilidad:**

Es importante analizar la relación que existe entre el uso de los atractivos naturales y la rentabilidad que esto significa.

Manejo:

Se debe buscar la utilidad para poder seguir operando adecuadamente y bajo la filosofía que el proyecto promulga, así se debe destinar un porcentaje para la conservación ambiental adecuada de los senderos.

4.3.2 Educación Ambiental:

- Es importante empezar por la Formación del personal, para que conozca como debe educar al cliente y como manejar cualquier situación adversa.

- La concienciación sobre la necesidad de conservación del medio ambiente, se puede hacer a través de:
 - Paneles informativos instalados a lo largo de los recorridos, en los que se recomienda insertar una leyenda ecológica.
 - Los correspondientes folletos etc.
 - En los lugares sensibles se procurará recurrir de un guía acompañante.
 - Se busca educar a los turistas bajo la Metodología de “NO DEJE RASTRO”²⁵, que se basa en 7 principios importantes que son una guía para los visitantes a áreas naturales, para que sepan cómo manejar adecuadamente su estancia en estas áreas.
- Estos principios estarán ubicados en los dípticos, página web de la ruta y al ingreso de los senderos:

Principio 1

Planifique y prepare su viaje con anticipación

Informarse adecuadamente del área que se va a visitar: esto significará que una vez que sepamos hacia donde vamos, podremos planificar, todos los objetos convenientes a llevar, para no llevar demasiados o innecesarios que puedan afectar al medio ambiente.

Principio 2

Viaje y Acampe en superficies resistentes:

- Acampar sólo en sitios adecuados para el efecto, con el objetivo de no poner en riesgo la vida de los visitantes ni la naturaleza.
- Dejar limpio el campamento.
- Respetar el sendero establecido para la visita de los atractivos, para no poner en riesgo la vegetación.

Principio 3

Disponga de los desperdicios de la forma más adecuada

- Lo que lleve, regréselo
- Reduzca la basura en el origen

²⁵www.nols.edu The National Outdoor Leadership School

- Evite quemar o enterrar desperdicios.
- Proteja las fuentes de agua.

Principio 4

Respete la Fauna Silvestre:

- No alimente a los animales.
- No perturbe ni mate a los animales.
- No introduzca nuevas especies.

Principio 5

Minimice el impacto de fogatas

- Haga fogatas solo en lugares ya utilizados para tal fin
- Colecta solo madera seca y ramas caídas de un área amplia
- Mantenga pequeño el fuego
- Queme su fuego hasta producir solo cenizas o brasas muy pequeñas.

Principio 6

Considere a otros visitantes:

- No olvidar que sólo se está de visita y que por lo tanto el objetivo es conservar el sitio como lo encontró minimizando su disturbio del entorno durante su estadía.
- Demuestre cortesía para otros usuarios y dueños de terrenos.
- Evite llevar consigo animales domésticos.
- Comparta su experiencia y conocimiento.
- Muestre respeto en el uso de las facilidades públicas para la recreación
- No obstruya los senderos.

Principio 7

Deje lo que Encuentre:

- No altere ni colecte plantas, artefactos arqueológicos y otros objetos de interés.
- Evite dañar o marcar árboles y plantas vivas.

CAPÍTULO 5

ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Inversión Inicial del Proyecto y Financiamiento:

INVERSIÓN:

“Es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad. Ejemplo: maquinaria, equipo, obras públicas, bonos, títulos, valores, etc. Comprende la formación bruta de capital fijo (FBKF) y la variación de existencias de bienes generados en el interior de una economía. Adquisición de valores o bienes de diversa índole para obtener beneficios por la tenencia de los mismos que en ningún caso comprende gastos o consumos, que sean por naturaleza opuestos a la inversión.”²⁷

FINANCIAMIENTO:

“Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.”²⁸

El Financiamiento de este proyecto va a estar representado por el aporte de capital de los tres socios, estructurado con participaciones iguales de los mismos, como se detalló previamente en el capítulo 3, por lo cual no se requerirá de financiamiento externo como un préstamo bancario.

²⁷ www.definicion.org/inversion

²⁸ www.definicion.org/financiamiento

5.1.1 Inversión Inicial:

A continuación se detallan los rubros de inversión inicial para que el “Valle de Cascadas” pueda operar:

- *Activo fijo (tangible):* Terreno, edificios, maquinaria, equipo, vehículos, mobiliario, herramientas, etc.
- *Activo intangible:* Gestión del proyecto, patentes, marcas, diseños, nombres comerciales, instalación, contratos de servicios, estudios, capacitación, etc.

(Ver Anexo 10)

Cuadro No 5.1

Nombre: Gastos de Constitución

Descripción	Valor Total
Gastos de Constitución	998,0
Gastos Permisos de Funcionamiento	992,0

Fuente: Estudio Gestión del Producto
Elaboración: Isabel Gutiérrez.

Cuadro No 5.2

Nombre: Inversión Inicial Publicidad

Cantidad	Descripción	Costo individual	Costo total
1	Diseño Página Web	\$448	448,0
1	Creación de Marca	\$250	250,0
TOTAL			698,0

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Isabel Gutiérrez.

Cuadro No 5.3

Nombre: Costo Equipos de Oficina

Cantidad	Descripción	Precio
1	Teléfono / Fax	75,0

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.4

Nombre: Costo Por Equipos de Computación

Cantidad	Descripción	Precio
1	Computador	726,2
1	Impresora	84,0
TOTAL		810,2

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.5**Nombre:** Costo por muebles y enseres

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Mesa de 1 x 1,40	50,0	50,0
1	Silla giratoria	17,0	17,0
2	Sillas de Oficina	25,0	50,0
TOTAL			117,0

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.6**Nombre:** Extras

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Extintor	22,0	22,0
3	Botiquín Primeros Auxilios	9,3	27,9
TOTAL			49,9

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.7**Nombre:** Costo Equipos Actividades complementarias

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	Equipo Rappel	409,2	818,5
6	Caballos	530,0	3180,0
3	Bicicletas	429,1	1287,4
TOTAL			5285,8

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.8**Nombre:** Equipamiento Área de Camping y Picnic

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Letrina con dos inodoros	\$ 1000,0	1000,0
700 metros	Adecuaciones del área Camping y Picnic	\$ 10 x metro	7000,0
10	Lámparas solares	\$ 6,0	60,0
3	Tachos de Basura	6,9	20,7
2	Tachos de basura pequeño	2,1	4,2
TOTAL			8084,9

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.9

Nombre: Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	VALOR
Total Gastos de Constitución y Puesta en Venta	2688,0
Costo Equipos de Oficina	75,0
Costo Por Equipos de Computación	810,2
Costo Muebles y Enseres	117,0
Costo Equipos de Actividades Complementarias	5285,8
Costo Equipamiento Área de Camping y Picnic	8084,9
Costo Extras	49,9
TOTAL	17110,8

Fuente: Cuadros Inversión Inicial

Elaboración: Isabel Gutiérrez

5.1.2 Capital de Trabajo:

Conocido también como “Administración del Capital de Trabajo” se refiere a la administración de los activos circulantes o de corto plazo como inversiones en efectivo, valores negociables, inventarios y cuentas por cobrar, y de los pasivos circulantes (cuentas por pagar documentos por pagar y acumulado).

- El Valor de una empresa no puede maximizarse en el largo plazo a menos que sobreviva en el corto plazo.
- El Capital de trabajo es el dinero necesario para que no se paralice el proyecto.
- El periodo de Cálculo para el capital de trabajo para este proyecto será para los seis primeros meses desde el funcionamiento de la compañía encargada de comercializar el producto. Para calcular el Capital de trabajo es necesario considerar los siguientes gastos operativos:

5.1.2.a Gastos Operativos: Son valores que se encuentran directamente relacionados con la financiación del proyecto a ejecutarse.

Cuadro No 5.10**Nombre:** Servicios Básicos

Servicios Básicos	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	15,0	180,0
Teléfono	25,0	300,0
Internet	26,0	312,0
TOTAL	66,0	792,0

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.11**Nombre:** Suministros de Oficina

Suministros de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Resma de Papel	4	3,4	13,6
Esferos	6	0,2	0,7
Cuaderno	2	1,2	1,2
Factureros	12	5,5	66,0
TOTAL ANUAL			81,5

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.12**Nombre:** Útiles de Limpieza

Útiles de Limpieza	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Papel Higiénico Scott	6 paquetes	8,8	53,0
Fundas para basura pequeñas	6000 unidades	6,0	36,0
Fundas para basura grandes	120 unidades	1,2	14,0
TOTAL ANUAL			103

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.13**Nombre:** Arriendo Local Comercial

Descripción	Cantidad	Mensual	Anual
Arrendamiento Local	1 año	50,0	600,0

Fuente: Cotizaciones
Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.14**Nombre:** Sueldos y Salarios

Descripción del puesto	Sueldo	Sueldos y Salarios Anuales	Beneficios
Administrador	700	8400,0	
Vendedor	200	2400,0	
Conserje	160	1920,0	
Guardia	160	1920,0	
Contador	100	1200,0	--
TOTAL		15840,0	5486,8

Fuente: Estudio Gestión del Producto

Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.15**Nombre:** Gastos Publicidad

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Dípticos	2000	\$0,353	705,6
Hosting web	1 año	\$60,0	60,0
Registro del Dominio	1	\$15,0	15,0
TOTAL ANUAL			780,6

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Isabel Gutiérrez

Cuadro No 5.16**Nombre:** Capital de Trabajo

Descripción	Valor Anual
Gastos Operativos	
<u>Servicios Básicos</u>	792,0
<u>Suministros de Oficina</u>	81,5
<u>Útiles de Limpieza</u>	103,0
<u>Sueldos y Salarios</u>	15840,0
<u>Beneficios</u>	5508,8
<u>Publicidad</u>	780,6
<u>Arriendo</u>	600,0
Capital de Trabajo Anual	23705,8
Capital de Trabajo 6 meses	11852,9

Fuente: Cuadros Gastos Operativos

Elaboración: Isabel Gutiérrez

5.2 Balance de Situación Inicial:

Es el resumen de la situación financiera de un empresa en un determinado momento, en el que se debe incluir las cuentas del: Activo Total (Inversión) = Pasivo Total + Capital de los Accionistas (Financiamiento).

Cuadro No 5.17

Nombre: Balance de Situación Inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL VALLE DE CASCADAS Al 01 de Enero 2007			
ACTIVOS		PASIVOS	0,0
ACTIVOS CORRIENTES	11852,9	Corriente	0,0
Bancos	11852,9	Largo Plazo	0,0
ACTIVOS FIJOS	14422,8	TOTAL PASIVO	0,0
Equipos de oficina	75,0	PATRIMONIO	
Muebles de oficina	117,0	CAPITAL	28963,7
Equipos de computación	810,2	Capital pagado	28963,7
Equipos Actividades		TOTAL DEL PATRIMONIO	28963,7
Complementarias	5285,8		
Equipamiento Área de			
Camping y Picnic	8084,9		
Extras	49,9		
OTROS			
ACTIVOS	2688,0		
Gastos Constitución y puesta			
en marcha	2688,0		
TOTAL		TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	28963,7
ACTIVOS	28963,7		

Fuente: Inversión Inicial – Capital Trabajo

Elaboración: Isabel Gutiérrez

5.3 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado:

“Es el resumen de ingresos y gastos de una compañía a lo largo de un determinado periodo que concluye con los ingresos o pérdidas de dicho proyecto.”²⁹

Para el presente Resumen del Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado se considera una duración del proyecto de 5 años. Cuyas proyecciones se han realizado tanto para los ingresos futuros como los gastos futuros en base al indicador financiero: Inflación que se registra con el 2,58 % anual en la actualidad según el Banco Central del Ecuador.

5.3.1 Ingresos:

Para el cálculo de los ingresos totales del proyecto se debe considerar lo siguiente:
Población objetivo del Proyecto: **2850 anuales. (Ver estudio de Mercado: Mercado Objetivo).**

1.- INGRESOS POR SENDEROS:

2850 personas al año = 25 personas por día en fines de semana y feriados.

2.- INGRESOS POR ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

Para determinar que porcentaje de esa demanda potencial estaría dispuesta a consumir las actividades complementarias que se plantean en el proyecto, se tomo en cuenta los resultados de las encuestas sobre los servicios que estarían dispuestos a consumir:

²⁹ VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México, Pág. 126

Cuadro No 5.18**Nombre:** Aceptación del Producto

Actividad	Porcentaje de Aceptación
Camping	79,20 %
Rappel	79,10 %
Cabalgatas	80,20 %
Ciclismo de Montaña	74 %

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Isabel Gutiérrez

3.- INGRESOS POR PARQUEO:

Para determinar el valor total de este ingreso, previamente establecido en el Estudio de Mercado, se tomó en consideración varios aspectos además del porcentaje de aceptación del mercado, puesto que se considera que no todas las personas van en su vehículo sino que un grupo familiar puede ir en un sólo vehículo al igual que un grupo de amigos, entonces determinar un número elevado de vehículos no sería acertado.

Se determinó un promedio de diez vehículos por día que incluso cuadra con la capacidad total de vehículos que se dispone en el parqueadero actualmente.

Cuadro No 5.19**Nombre:** Ingresos Totales

Descripción	Número de personas	Precio	Ingreso Total
Senderos	2850	2,5	7125
Camping	2257	1,5	3385,80
Parqueo	1140	0,5	570,00
Rappel	2254	10	22543,5
Cabalgatas	2286	4	9142,80
Ciclismo de Montaña	2109	3	6327
TOTAL INGRESOS ANUALES			49094,10

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Isabel Gutiérrez

5.3.2 Egresos:

5.3.2.1 Depreciación:

“La finalidad de la depreciación es dejar en el valor real los activos que posee una empresa ya que los mismos se van desgastando por el paso del tiempo por el uso, mal uso, a la vez que se va registrando el gasto por el uso, se va obteniendo una reserva con la finalidad de reponer dichos bienes al finalizar la vida útil”.³⁰

Cuadro No 5.20

Nombre: Depreciación Activos Fijos

Descripción:	Vida Útil (años)	Valor Original	% Depreciación Anual	Depreciación Anual	Valor de Salvamento
Equipo de Computación	3	810,2	33,33	270,0	0
Bicicletas	5	1287,4	20	257,5	0
Equipo de Rappel	2	818,5	50	409,2	0
Caballos	5	1800,0	20	360,0	0
Monturas	10	1380,0	10	138,0	690
Muebles y enseres	10	117	10	11,7	58,5
Equipamiento área de camping	20	8084,9	5	404,3	6063,7
TOTAL				1850,7	6812,1

Fuente: Estudio Financiero
Elaboración: Isabel Gutiérrez

5.3.2.2 Amortización:

“El término depreciación se utiliza para referirse a la pérdida de valor de activo fijos. El mismo concepto referido a un activo intangible o nominal, se denomina amortización del activo intangible.”³¹

³⁰ UNDA, Roberto, Cátedra de Evaluación de Proyectos, UISEK, 2006

³¹ SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Mc Graw-Hill, pág. 126

Cuadro No 5.21**Nombre:** Amortización Activos Intangibles.

Descripción:	Tiempo (años)	Valor a amortizar	Amortización anual	Amortización acumulada
Gasto de Constitución	5	2688,0	537,6	2688,0

Gasto de Constitución	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización	537,6	537,6	537,6	537,6	537,6
Amortización Acumulada	537,6	1075,2	1612,8	2150,4	2688,0

Fuente: Estudio Gestión del Producto.

Elaboración: Isabel Gutiérrez.

5.3.2.3 Egresos por senderos:

Valor de ingreso a los senderos: \$ 2,50.

Distribución de ingresos por senderos:

Pago a guías: Del valor del ingreso a los senderos se va a destinar \$ 1 por persona para el guía.

Mantenimiento del Sendero: Del valor del ingreso a los senderos se va a destinar \$ 1 por persona para el mantenimiento de los senderos.

Comercialización del Producto: Para cubrir los gastos de comercialización del producto se va a destinar los \$ 0,50 restantes.

Cuadro No 5.22

Nombre: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Senderos	7125,0	7308,8	7497,4	7690,8	7889,2
Camping	3385,8	3473,2	3562,8	3654,7	3749,0
Parqueo	570,0	584,7	599,8	615,3	631,1
Rappel	22543,5	23125,1	23721,8	24333,8	24961,6
Cabalgatas	9142,8	9378,7	9620,7	9868,9	10123,5
Ciclismo de Montaña	6327,0	6490,2	6657,7	6829,5	7005,7
TOTAL INGRESOS	49094,1	50360,7	51660,0	52992,9	54360,1
EGRESOS					
Gastos Administrativos					
Sueldos y Salarios	15840,0	16248,7	16667,9	17097,9	17539,0
Beneficios Sociales	5508,8	5650,9	5796,7	5946,2	6099,6
Servicios Básicos	792,0	812,4	833,4	854,9	877,0
Gasto Arriendo	600,0	615,5	631,4	647,6	664,4
Suministros de Oficina	83,4	85,6	87,8	90,1	92,4
Gasto publicidad	1478,6	1516,7	1555,9	1596,0	1637,2
Pago de obligaciones turísticas	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0
Depreciaciones	1850,7	1850,7	1441,4	1171,4	1171,4
Amortizaciones	537,6	537,6	537,6	537,6	537,6
Mantenimiento General	578,5	578,5	578,5	578,5	578,5
TOTAL Gastos Administrativos	27439,6	28066,6	28300,5	28690,3	29367,1

<u>Gastos Operacionales</u>					
Pago a Guías	2850,0	2923,5	2999,0	3076,3	3155,7
Útiles de Limpieza	103,0	105,6	108,3	111,1	114,0
Mantenimiento senderos	2850,0	2923,5	2999,0	3076,3	3155,7
TOTAL Gastos Operacionales	5803,0	5952,7	6106,3	6263,8	6425,4
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	15851,5	16341,4	17253,3	18038,8	18567,6
Participaciones 15%	2377,7	2451,2	2588,0	2705,8	2785,1
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	13473,8	13890,2	14665,3	15333,0	15782,4
Impuestos 25%	3368,5	3472,6	3666,3	3833,2	3945,6
UTILIDAD O PÉRDIDA	10105,4	10417,7	10999,0	11499,7	11836,8

Fuente: Ingresos y Egresos
Elaboración: Isabel Gutiérrez

5.4 Flujo de Efectivo:

Cuadro No 5.23

Nombre: Flujo de Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN INICIAL						
Equipos de oficina	75,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muebles de oficina	117,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Equipos de computación	810,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Equipos Actividades Complementarias	5285,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Equipamiento Área de Camping y Picnic	8084,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Extras	49,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos Constitución y puesta en marcha	2688,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Capital de Trabajo	11852,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL INVERSIONES	28963,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
UTILIDAD O PÉRDIDA	-28963,7	10105,4	10417,7	10999,0	11499,7	11836,8
(+) Depreciaciones	0,0	1850,7	1850,7	1441,4	1171,4	1171,4
(+) Valor de Salvamento	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6812,1
(+) Amortizaciones	0,0	537,6	537,6	537,6	537,6	537,6
(+) Recuperación del Capital de Trabajo	0,0					11852,9
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-28963,7	12493,7	12806,0	12978,0	13208,7	32210,9

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias –Balance General

Elaboración: Isabel Gutiérrez

5.5 Métodos Alternativos para la Evaluación de Proyectos:

5.5.1 PERÍODO DE RECUPERACIÓN:

“El tiempo de Recuperación (TR) de un proyecto permite conocer el número de años necesario para recuperar la inversión inicial con base en los flujos esperados de efectivo de los proyectos.”³²

Cuadro No 5.24

Nombre: Flujo Neto de Efectivo Acumulado

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO NETO EFECTIVO ACUMULADO
0	-28963,7	-28963,7
1	12493,7	-16470,1
2	12806,0	-3664,1
3	12978,0	9313,9
4	13208,7	22522,6
5	32210,9	54733,5
PERÍODO DE RECUPERACIÓN		3 año

Fuente: Flujo Neto de Efectivo

Elaboración: Isabel Gutiérrez

CRITERIO DE ACEPTACIÓN: Se estableció que el tiempo de recuperación de la inversión aceptable sería de hasta 5 años, por lo que este indicador sería favorable, pues se recuperaría la inversión inicial en el 3 año.

5.5.2 VAN (Valor Actual Neto):

“Valor presente de los flujos de efectivo netos de un proyecto de inversión, menos la inversión inicial del proyecto”.³³

Tasa de Descuento:

“Tasa de descuento o tasa de capitalización es la tasa de internet para convertir los valores futuros en valores presentes”³⁴

³² VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México, Pág. 334

³³ VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México, Pág. 337

Para obtener esta tasa se ha tomado en consideración la siguiente fórmula:

$$K = k^* + \text{Inflación} + \text{Riesgo país}$$

k= Tasa de descuento

k* Tasa de libre riesgo 4%

Inflación 2,58%

Riesgo país 6,13%

Fuente: Banco Central del Ecuador en base a la fecha: Octubre-19-2007

$$K = 12,71 \%$$

Inflación:

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”

Riesgo País (EMBI Ecuador):

El Riesgo País es la medida del riesgo de realizar un préstamo a ciertos países, comprende la capacidad o incapacidad de cumplir con los pagos del capital o de los intereses al momento de su vencimiento. Es un índice que pretende exteriorizar la evolución del riesgo que implica la inversión en instrumentos representativos de la Deuda Externa emitidos por gobiernos de países emergentes.

Matemáticamente hablando, el riesgo país, es la diferencia que existe entre el rendimiento de un título público emitido por el Gobierno Nacional y un título de características y maduración similares emitido por un ente que se considera tiene el menor riesgo del mercado financiero internacional (actualmente los Bonos del Tesoro de los Estados Unidos).

³⁴ VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México, Pág.43

*Se lo calcula para poder determinar, de la mejor manera posible, cuál será el riesgo de una inversión en un país determinado.*³⁵

El Van al 12,71% de la tasa de descuento obtenida anteriormente nos da como resultado:

VAN 12,71%: \$24 096,7

5.5.3 TIR (Tasa Interna de Rendimiento):

*“Tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo netos futuros de un proyecto de inversión con la salida de efectivo inicial del proyecto”.*³⁶

TIR: 41 %

Tasa de interés pasiva según el Banco Central: 5,61% (26 de octubre 2007), lo que quiere decir que la Tasa Interna de rendimiento del proyecto es positiva.

CRITERIO DE ACEPTACIÓN: Que sea superior a tasas pasivas de bancos, en este caso como se demuestra, es superior.

5.5.4 CB (Costo Beneficio):

*“Razón del valor presente de los flujos futuros de efectivo de un proyecto con el gasto inicial del mismo”.*³⁷

³⁵ <http://www.dlh.lahora.com.ec>

³⁶ VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México, Pág. 337

³⁷ VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México, Pág. 340

Fórmula:

$$CB = \frac{Io - VAN \%}{Io}$$

Donde:

Io = Inversión Inicial

VAN = Valor Actual Neto.

$$CB = 1,83$$

CRITERIO DE ACEPTACIÓN: Mientras el resultado sea superior a 1.00 es aceptable la propuesta de inversión, como se demuestra en el resultado, se está ganando 0,83 centavos por cada dólar invertido.

5. 6 Punto de Equilibrio:

*“Volumen de ventas necesario para que los ingresos totales sean iguales; se puede expresar unitario o en dólares derivados de las ventas”.*³⁸

Fórmula:

Para poder obtener el punto de equilibrio se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$PV \times Q - CV \times Q - CFT = 0$$

P = Precio unitario

V = valor unitario

Q = Cantidad producida o vendida (Número de Clientes)

CV = Costos variables

CFT = Costos Fijos totales (Egresos totales – costos variables)

³⁸ VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México, Pág. 434

PV= Precio de Venta

Q = Número de Clientes.

Costos Fijos y Variables:

Cuadro No 5.25

Nombre: Costos Fijos y Variables

COSTOS FIJOS	Anuales
Sueldos y Salarios	14640,0
Beneficios Sociales	5508,8
Servicios Básicos	1212,0
Obligaciones turísticas	170,0
Gasto de Publicidad	1478,6
Depreciaciones	1850,7
Amortizaciones	537,6
Mantenimiento General	578,5
TOTAL COSTOS FIJOS	25976,2
COSTOS VARIABLES	
Suministros de Oficina	83,4
Útiles de Limpieza	103,0
Pago Guías	2850,0
Mantenimiento Senderos	2850,0
TOTAL COSTOS VARIABLES	5886,4

TOTAL INGRESOS	49094,1
VALOR UNITARIO	17,2
No. DE CLIENTES	2850
COSTO VARIABLE UNITARIO	2,1

Elaboración: Isabel Gutiérrez

$$PV \times Q - CV \times Q - CFT = 0$$

PUNTO DE EQUILIBRIO CLIENTES (Q):

$$17,2 Q - 2,1 Q - 25.976,2 = 0$$

$$15,1 Q = 25.976,2$$

$$Q = \frac{25.976,2}{15,1}$$

$$15,1$$

Q = 1720 CLIENTES.

Lo que significa que cuando se haya recibido ese número de personas los costos y los ingresos se igualarán a cero, es decir que con la llegada de 1721 clientes el proyecto genera utilidad.

PUNTO DE EQUILIBRIO DINERO = Punto Equilibrio Pasajeros * Valor Unitario

$$= 1720 * 17,2$$

$$= 29584 \text{ DÓLARES.}$$

CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

6.1 CONCLUSIONES:

- Dentro del marco general de la Actividad turística en el Ecuador, el Ecoturismo es la modalidad preferida por la demanda interna de este sector.
- El Cantón Rumiñahui que conforma el Valle de los Chillos conjuntamente con el Cantón Quito, posee gran diversidad de atractivos naturales y culturales, que si bien no han sido publicitados de gran manera poco a poco se están convirtiendo en el destino preferido de los quiteños para los fines de semana, como lo demuestran estadísticas del Ministerio de Turismo.
- Observando el potencial de estos dos senderos varias instituciones públicas quieren invertir sus esfuerzos en el sector como el Municipio de Rumiñahui, el Gobierno de la Provincia de Pichincha, que está desarrollando un proyecto de una nueva ruta turística que conecta al Valle de los Chillos con el Volcán Cotopaxi, potenciando todos los atractivos que conforman esta ruta.
- El presente proyecto demuestra que los dos atractivos tienen todas las potencialidades para convertirse en un destino competitivo y gozan de la aceptación del mercado objetivo.
- La definición de las características más adecuadas para el producto van a estar precisadas por los requerimientos de la demanda turística que muestra gran interés por el consumo de actividades complementarias a la visita de los senderos.
- El modelo de gestión aplicado en el proyecto, es un modelo que se está aplicando en varios destinos turísticos del mundo debido a la participación conjunta de actores públicos, privados y la comunidad, lo que lo convierte en un destino muy competitivo por la condensación de conocimientos técnicos y culturales, y a la vez que se fomentan políticas de conservación muy importantes. Para que se cumpla efectivamente lo

anteriormente planteado hay que considerar que todos los actores deben comprometerse en la búsqueda del mejoramiento continuo a través de educación, capacitaciones y trabajo en equipo.

- El ecoturismo, con un enfoque en la conservación de la naturaleza, aporta beneficios reales, mitigando los impactos sociales y ambientales, redistribuyendo de una manera justa los ingresos económicos e impulsando y promoviendo la conservación y participación de las poblaciones locales.
- La inversión del Proyecto no es alta pues cada socio debe aportar menos de 10000 dólares, y la inversión realizada se recuperaría en el año 3, año en el que ya se obtendría utilidad para los socios.
- El VAN y la TIR, muestran que el proyecto si es rentable en el Mercado, a una tasa de descuento del 12,71% del VAN, la Tasa Interna de Rendimiento es de 41%.
- El punto de equilibrio del Proyecto es de 1720 clientes, lo que significa que incluso manteniendo el número de personas que visitan en la actualidad el sendero, no se pierde ni se gana.

6.2 RECOMENDACIONES:

- Se recomienda mejorar el sistema de estadísticas que manejan instituciones como el Ministerio de Turismo, puesto que éstas son herramientas que aportan para el correcto desarrollo de productos turísticos, en este sentido se recomienda que se analice primeramente la necesidad de información para posteriormente crear un sistema que permita actualizar las mismas año a año.
- Agrupar todas las cascadas y atractivos de la zona para crear una ruta similar a la de cascadas de Mindo o Baños de Agua Santa, es decir alianzas estratégicas entre los atractivos cercanos para poder crear un destino a mayor nivel con diversas opciones de visita, el Cantón Rumiñahui tiene todo para ser un destino competitivo a nivel nacional e internacional hay que reencaminar los esfuerzos.
- La Dirección de Turismo del Cantón debe invertir más esfuerzos en la señalización de este tipo de atractivos puesto que no existe una guía adecuada, como en el caso de este atractivo, para que las personas que circulen por la entrada a Selva Alegre (ingreso al camino que conduce a las cascadas), que incluso queda en la vía de salida para las provincias de sur, puedan identificar con facilidad la cercanía y la ubicación del atractivo, falta señalización en el camino.
- Es importante que se incentive a los egresados de universidades a realizar proyectos que tengan en mente instituciones públicas y que por falta de recursos quizás no los pueden realizar, puesto que esto permite al estudiante poner en práctica sus conocimientos y puede generar nuevas ideas con relación a nuevos productos, que aporten a la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- KOTLER, Philip, “Marketing del Turismo”, Editorial Prentice – Hall, pág. 247
- KOTLER Philip, BOWEN John, MAKENS James, “ Mercadotecnia para la Hotelería y el Turismo”, Editorial Prentice Hall/Hispanoamericana S.A, México Primera Edición,
- FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR, “Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador”, Febrero del 2007
- LEY DE COMPAÑÍAS, 2003
- LEY DE TURISMO, 2004
- LEY ORGÁNICA DE JUNTAS PARROQUIALES, 2000.
- VAN HORNE, James C., WACHOWICZ, John M., Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Prentice Hall, México.
- SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Editorial Mc Graw –Hill, México.
- UNDA, Roberto, Cátedra de Evaluación de Proyectos, UISEK, 2006

Páginas Web:

- www.ruminahui.gov.ec
- www.inec.gov.ec
- www.captur.com
- www.refugiomolinuco.com
- <http://araira.org/rappel.htm>
- <http://www.baniosadn.com.ec>
- www.world-tourism.org
- www.mintrab.gov.ec
- www.nols.edu
- www.definicion.org

Entrevistas:

- Señor Patricio Rodríguez (Director de la Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui)
- Licenciado Martín Goyez (Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui)
- Señor José Mejía (Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui)
- Víctor Hugo Alcocer (Guía Rumipamba)
- Víctor Alcocer (Representante de la Junta Parroquial)
- Licenciado Oswaldo Leime (Propietario de la Chorrera del Pita)
- Señor Patricio Díaz (Propietario Rincón del Cóndor)

Otras fuentes:

- Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005
- Plan Estratégico Participativo del Cantón Rumiñahui, Mayo 2002
- Ministerio de Turismo, Cuenta Satélite de Turismo, Septiembre 2003.
- CORPORACIÓN PARA LA CONSERVACIÓN Y EL DESARROLLO, “Programa de Certificación de Turismo Sostenible para Operaciones Turísticas de Tierra”, Febrero del 2006.
- OMT, Estrategia Nacional de Ecoturismo.
- LEIME, Osvaldo, “Plan para el Manejo de las Actividades Ecoturísticas para el Sendero Ecológico Chorrera del Pita en la Parroquia de Pintag”, 2006
- Banco Central del Ecuador Indicadores económicos, Quito, 2007.



ESTUDIO DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LOS SENDEROS VILATUÑA Y CÓNDOR MACHAY

ISABEL GUTIÉRREZ ARELLANO

ANTECEDENTES

- ❑ Ruta de Cascadas
- ❑ Ubicación
- ❑ Potencial turístico de la zona:
 - Biodiversidad natural
 - Cercanía poblados urbanos
 - Atractivos turísticos cercanos.

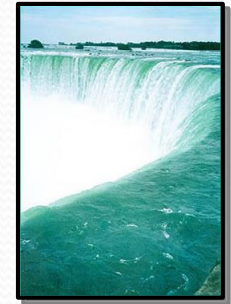
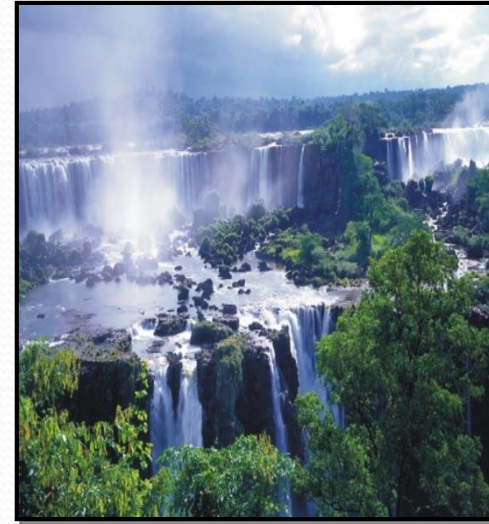


CAPÍTULO I

GENERALIDADES

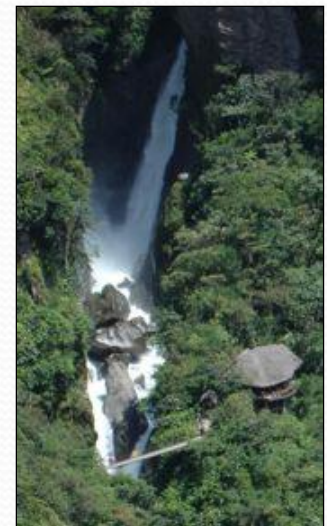
❑ CASCADAS EN EL MUNDO:

- ❖ Cataras del Niágara
- ❖ Cataras de Iguazú
- ❖ Salto del Ángel



❑ CASCADAS EN EL ECUADOR:

- ❖ Cascada de San Rafael
- ❖ Pailón del Diablo.
- ❖ Manto de la Novia
- ❖ Peguche
- ❖ Cabellera de la Virgen.



CANTÓN RUMIÑAHUI

- PARROQUIAS
- ATRACTIVOS TURÍSTICOS:
 - ❖ Monumentos
 - ❖ Haciendas
 - ❖ Fiestas

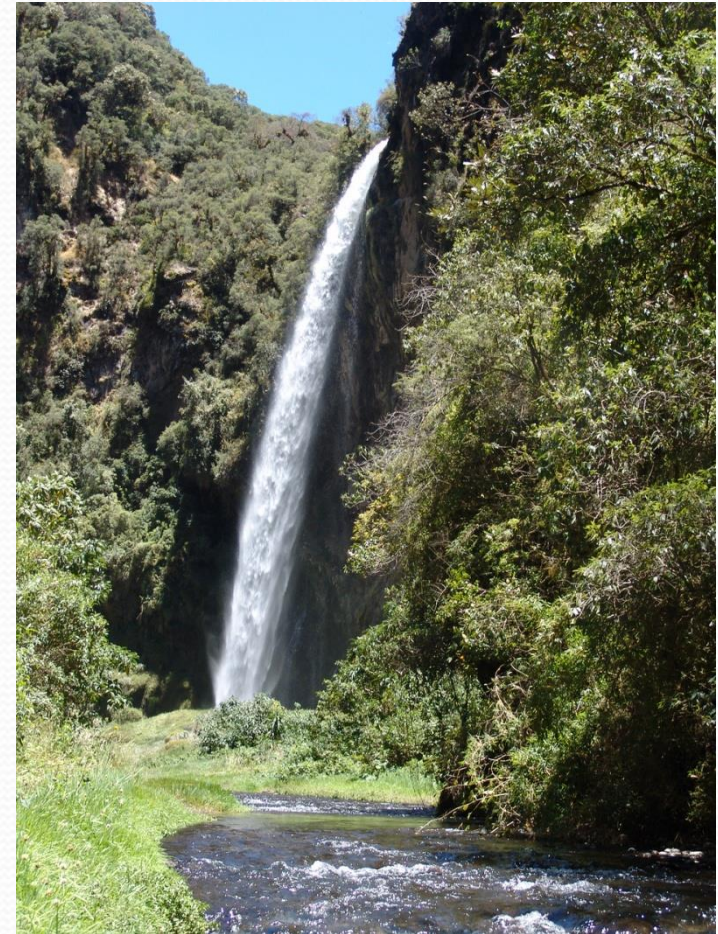
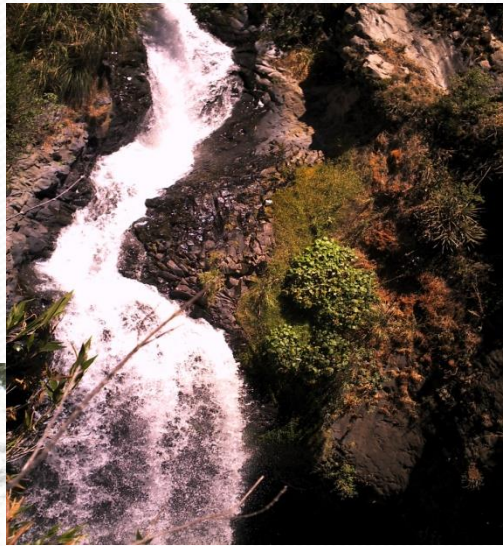


RUMIPAMBA

- Localización
- Accesibilidad
- Hidrografía
- Precipitación
- Historia



VILATUÑA Y CÓNDOR MACHAY



INFORMACIÓN DE LAS CASCADAS

VILATUÑA

- 2 Horas

CASCADAS:

- Ballenita:
- Velo de Novia
- Manto de la Virgen
- Pailón del Diablo
- Cascada de Vilatuña:

CÓNDOR MACHAY

- 3 Horas

CASCADA:

- CASCADA CÓNDOR MACHAY: 90 METROS.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

- **ANTECEDENTES.**
- **ESTUDIO DE LA DEMANDA:**
 - **ANÁLISIS DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR A CAPTAR:**
 - **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:**
 - ❖ **CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN:**
 - Geográficos
 - Demográficos
 - Socioeconómicos.

- **MUESTREO**
- *Considerar los criterios de segmentación y realizar las proyecciones de dicha población al 2007:*
- POBLACIÓN OBJETIVO: *654 131 personas.*
- TAMAÑO DE LA MUESTRA: **n = 96 encuestas**
- **Proceso del Método de Investigación**

- **MODELO DE LA ENCUESTA:**

“Estudio de Prefactibilidad del Desarrollo Turístico de la ruta de cascadas Parroquia Rumipamba Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha”

- **Objetivo:** Definir las características óptimas para el producto “Ruta de Cascadas Parroquia Rumipamba”.

- **Pregunta 1**

¿Conoce usted la ruta de Cascadas conformada por las cascadas de Vilatuña y la Cascada de Cóndor Machay localizadas en el Valle de los Chillos?

SI _____

NO _____

- **Pregunta 2**

Si su respuesta fue negativa, ¿estaría interesado/a en conocerlas?

SI _____

NO _____

- **Pregunta 3**

De los siguientes factores enumere del 1 al 6 según su prioridad empezando por 1 siendo el más importante y así sucesivamente hasta el factor que considere menos importante asignándole el 6.

Precio _____

Diversión _____

Distancia _____

Atracciones _____

Seguridad _____

Transporte _____

Pregunta 4

¿Con qué frecuencia le gustaría visitar un sitio natural en el que pueda observar cascadas y realizar turismo de aventura?

Más de una vez al mes _____ Cada mes _____ Cada 3 meses _____ Cada Año _____
En feriados _____

Pregunta 5

¿Qué servicios le gustaría que le ofrecieran en un sitio natural donde se oferte turismo de aventura o ecoturismo?

Servicio	Muy Importante	Importante	Nada Importante
Restaurante			
Guianza			
Área de Camping			
Área de pic-nic			
Área de parqueos			

Pregunta 6

¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar?

Servicio	Muy Importante	Importante	Nada Importante
Rappel (Descenso junto o por las cascadas)			
Cabalgatas			
Ciclismo de montaña			

• **Pregunta 7**

¿Conoce algún sendero Ecológico donde pueda observar cascadas o una ruta de Cascadas que oferte turismo de aventura o ecoturismo en la Provincia de Pichincha?

SI _____ NO _____
Cuál _____ Dónde _____

• **Pregunta 8**

¿A través de que medios conoció el atractivo mencionado?

Prensa/ revistas ____ b) Trípticos ____ c) Internet ____ d) Radio ____ e) TV ____
f) Referencia de conocidos ____

• **Pregunta 9**

¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar por:

Ingreso a cualquiera de los dos senderos: Vilatuña: 5 cascadas o Cóndor Machay: 1 cascada 90 metros, que incluye guianza.?

\$ 2,00 - \$ 2,50 ____
\$ 2,50 - \$ 3,00 ____
\$ 3,00 - \$ 3,50 ____

Análisis de Resultados

- 92,7% desconocen la Ruta de cascadas Vilatuña y Cóndor Machay.
- El 85,5 % estaría interesado en conocerlas.
- **Perfil del Cliente:**
- **Variables que influyen en el comportamiento de la demanda:**
- Factor más importante las atracciones 43,8% seguidas de la seguridad 40,6% y el precio 39,6%.
- **Frecuencia de consumo:**
- Para el 37,4 % de los encuestados los feriados nacionales, serían las mejores fechas para visitar un atractivo natural que oferte turismo de aventura.
- **Servicios Solicitados:**
- Los servicios más solicitados por los encuestados son:
- **Restaurante:** 59,4 % la **Guianza:** Muy importante 56,3%
- **Parqueo:** Muy importante 47,9%

- **El Camping** es un servicio Muy importante para 43,8% de los encuestados.
- Y el **área de Picnic** es un servicio Muy Importante para algunos 25 %

- **Actividades Adicionales:**

Las cabalgatas son las preferidas: con una aceptación del 80,2 %; seguidas del Rappel: 79,10 % y por último el ciclismo de montaña 74 %.

- **Competencia:**

- El 63,5 % no conocen destinos turísticos compuestos de cascadas que oferten turismo de aventura en la provincia de Pichincha. Los destinos más representativos del 36,50% son: Mindo 40%, Molinuco 25,7% y Chorrera del Pita 20%.

- **Medios de información:**

- Referencias de conocidos: 62,5%, seguido de trípticos (22,5%); internet: 5 %

- **Precio:**

- El segmento de mercado encuestado estaría dispuesto a pagar en su mayoría entre \$2,50 y \$ 3,00 por el ingreso a cualquiera de los dos senderos.

ANÁLISIS DE LA OFERTA:

Oferta sustitutiva:

- Paraíso del pescador
- San Marcos
- Pasochoa.

Competencia Directa:

- Chorrera del Pita
- Refugio Ecológico Molinuco
- Rumibosque
- Ruta de Cascadas Mindo.

Competencia	Producto	Ubicación	Precio	Servicios Complementarios	Precio
Chorrera del Pita	Cascada	Valle de los Chillos Cantón Rumiñahui	\$ 2	• Camping • Pesca Deportiva • Agroturismo • Alojamiento en techo cubierto	\$ 3 x persona \$ 1.50 x c/ trucha \$ 1 x persona \$ 4 x persona
Refugio Ecológico Molinuco	Cascada	Valle de los Chillos Cantón Rumiñahui	\$ 1.50	• Camping • Pesca Deportiva • Paseo a caballo • Zona deportiva	\$ 1.50 x persona \$ 1.50 x trucha \$ 1.50 media hora * Costo incluido en tarifa de sendero
Proyecto Ecológico Rumibosque	Cascadas	Valle de los Chillos Cantón Rumiñahui	Adultos \$ 2,00 Niños y tercera edad: \$ 1	• Cabalgatas • Camping	\$ 1 x 15min. \$ 1,50
Santuario de Cascadas Mindo	Cascadas incluido tarabita	Mindo Cantón Quito	\$ 5	• Cabalgatas • Cuadrones • Canopy • Tubbing • Rappel	\$ 6 – 10 x hora \$ 10 x hora \$ 7 + de 10 pax. \$ 5 \$10

Diferenciación del Producto

1. Diferenciación en la ubicación
2. Diferenciación en las características Físicas

MERCADO OBJETIVO

- **PÁRAMETROS:**

- Promedio competencia directa.
- Visitas al sitio
- Capacidad de carga
- Frecuencia de consumo

- **MERCADO OBJETIVO PROYECTO:**

- 2850 personas al año: 25 diarias en fines de semana y feriados

MARKETING MIX

PRODUCTO



Valle de Cascadas

Paraíso escondido en los Andes...

PREPARE SUS CINCO SENTIDOS...

- Un camino trazado por acantilados formados hace cientos de años por material volcánico del majestuoso Cotopaxi, requiriendo la afinación de sus cinco sentidos: Vista: espectacular paisaje: caídas de agua, acantilados, volcanes, parcelas; Oído: Canto de aves + impacto de caída del agua de cascadas, Tacto: Refrescante baño en vados + deportes de aventura; Olfato: perfume de bromelias; Sabor: Disfrute de la comida típica ecuatoriana.

SENDEROS: VILATUÑA Y CÓNDOR MACHAY:

ACTIVIDADES SENDEROS:

Observación de aves
Observación de flora nativa
Caminata
Escalada
Rappel
Baño en vados.
Fotografía
Educación Ambiental.

SERVICIOS

- **ÁREA DE CAMPING: 15 CARPAS**
- **ÁREA DE PICNIC**
- **GUIANZA**
- **PARQUEADERO**
- **ALIMENTACIÓN: PARADERO CÓNDOR MACHAY**

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

- **RAPPEL Y CONYONING**
- **CABALGATAS**
- **CICLISMO DE MONTAÑA O BIKING**

PRECIO

SENDEROS: \$ 2,50

SERVICIOS:

- Camping \$ 1,50
- Área de Picnic: Incluido en camping o ingreso sendero.
- Área de Parqueo: \$ 0,50 por el tiempo que se ocupe.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

- Rappel:\$ 10
- Paseo a caballo:\$ 4 x la hora
- Ciclismo de Montaña:\$ 3 x 2 horas



PLAZA

**DIRECCIÓN DE TURISMO DEL
CANTÓN RUMIÑAHUI.**

**OFICINA RUMIFAGCHA: EL
VALLECITO (RUMIPAMBA)**

PROMOCIÓN

- **Boca a Boca**
- **Brochures:**
Dípticos.
- **Página Web:**
www.valledecascadas.com
- **Medios Escritos:**
Prensa:
Diario soy Rumiñahui
Correos del Valle
Diario el Comercio.
Revistas:
Terra Incógnita.

PERSONAS

- Pobladores de la Parroquia de Rumipamba: Guías Nativos, Personal de Mantenimiento.
- Personal que trabajará en la compañía limitada.
- Personal Departamento Turístico Cantón Rumiñahui.
- Clientes

PROCESOS

1. Organización adecuada de la comunidad
2. Obtención de los permisos necesarios
3. Información turística
4. Desarrollo del servicio
5. Retroalimentación

EVIDENCIA FÍSICA

- **Marca:** Este proyecto se denominará bajo el nombre comercial “Valle de Cascadas”.

Lema: “Paraíso escondido en los Andes”.

- **Logotipo de la ruta de cascadas**
- **Díptico**
- **Página Web**

CAPÍTULO III

GESTIÓN DEL PRODUCTO

- **ESTUDIO LEGAL:**
- Legalidad de operación en los senderos.
- Constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada:
 - ❖ Conformación de la Compañía:

Socios	Aportes en Dinero
Ramiro Alcocer	9655
Víctor Hugo Alcocer	9655
Isabel Gutiérrez	9655
TOTAL	28965

• ESTUDIO ADMINISTRATIVO

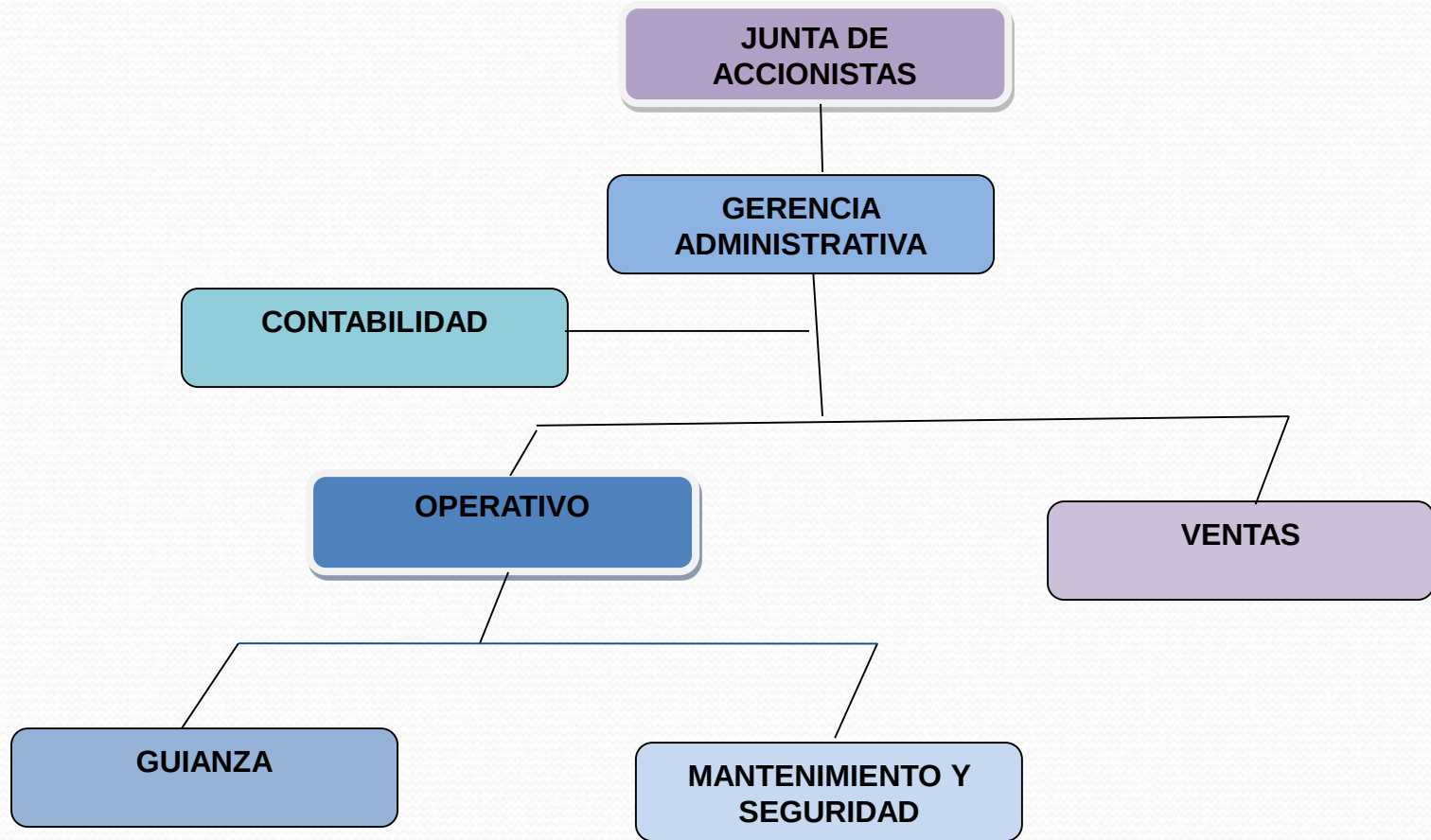
Organización para la gestión:

Grupos de trabajo:

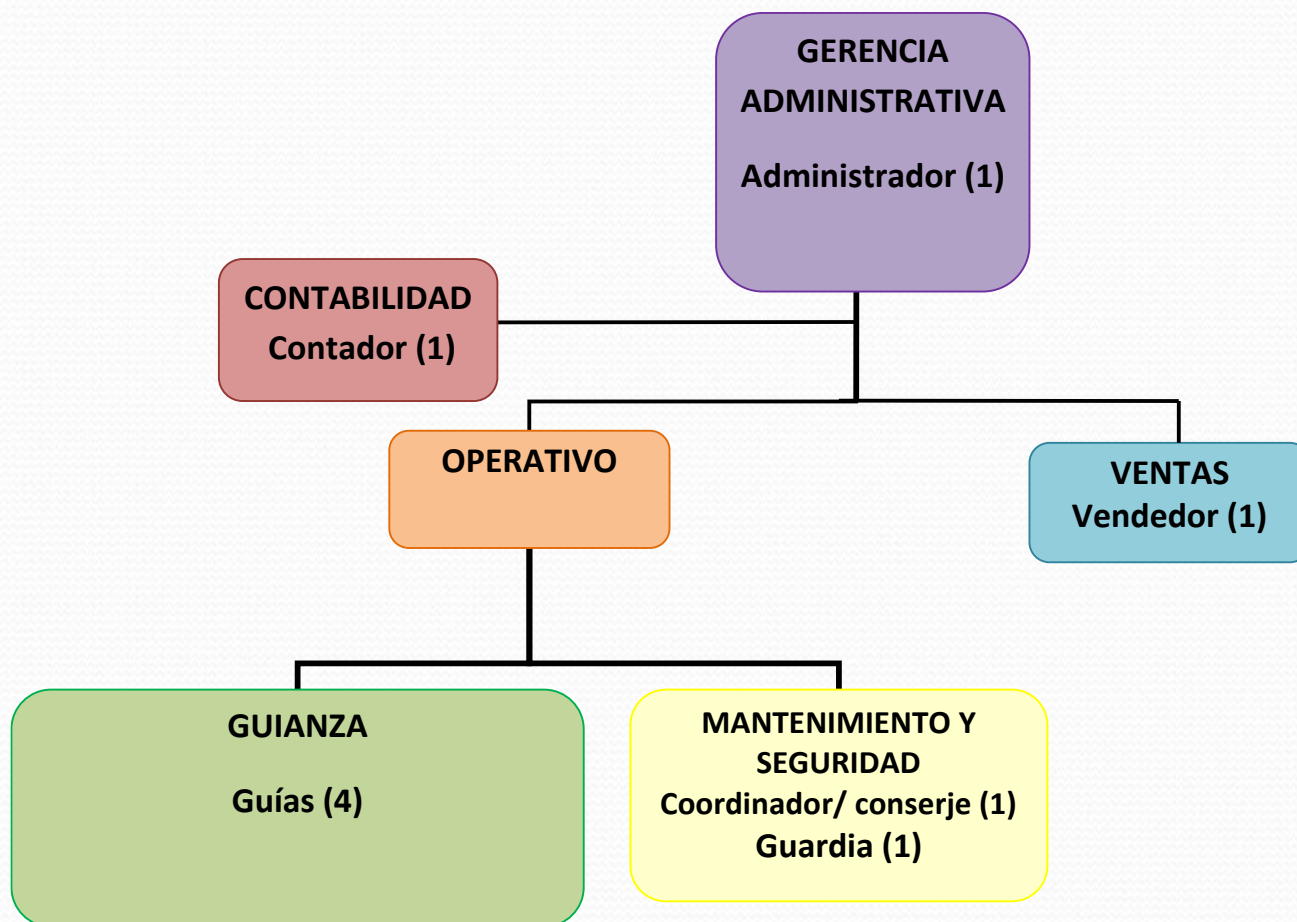
- Participación organizada de la comunidad
- Participación comprometida de la **Junta Parroquial**
- Asesoramiento de un **equipo técnico**.
- **Empresa privada.**

Educación y capacitación en el propio proceso de gestión: Capacitaciones técnicas, ambientales.

Organigrama Departamentos:



Organigrama por Puestos de Trabajo



CAPITULO IV

GESTIÓN AMBIENTAL

- Capacidad de Carga y Metodología de Límites Aceptables de Cambio (LAC):
- Impactos Ambientales
- Plan de Manejo Ambiental:
 - ❖ Capacidad de Carga:

CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA: (CCF)	CAPACIDAD DE CARGA REAL	CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA
1 m ² por persona	<u>Variables Ambientales:</u> • Horas de sol • Horas de sol fuerte • Horas lluvia • Aumento del Nivel Fluvial	Personal Equipamiento Infraestructura
	<u>Variables Físicas:</u> • Erosión • Grado de dificultad	
	<u>Variables Ecológicas:</u> • Disturbio a la fauna	
	<u>Variables de Manejo:</u> • Horario de visita • Distancia entre grupos • Cierres temporales	



Límites Aceptables de Cambio:

- ❖ **Basura**
- ❖ **Manejo de Desechos humanos**
- ❖ **Equipamiento de los senderos.**
- ❖ **Educación Ambiental: Empleados y Clientes.**

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

- INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Total Gastos de Constitución y Puesta en Venta	2688,0
Costo Equipos de Oficina	75,0
Costo Por Equipos de Computación	810,2
Costo Muebles y Enseres	117,0
Costo Equipos de Actividades Complementarias	5285,8
Costo Equipamiento Área de Camping y Picnic	8084,9
Costo Extras	49,9
TOTAL	17110,8

CAPITAL DE TRABAJO

- GASTOS OPERATIVOS.
- 6 MESES.

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO: \$ **11852,9**

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL VALLE DE CASCADAS Al 01 de Enero 2007			
ACTIVOS		PASIVOS	0,0
ACTIVOS CORRIENTES	11852,9	Corriente	0,0
Bancos	11852,9	Largo Plazo	0,0
ACTIVOS FIJOS	14422,8		
Equipos de oficina	75,0	TOTAL PASIVO	0,0
Muebles de oficina	117,0		
Equipos de computación	810,2	PATRIMONIO	
Equipos Actividades Complementarias	5285,8	CAPITAL	28963,7
Equipamiento Área de Camping y Picnic	8084,9	Capital pagado	28963,7
Extras	49,9	TOTAL DEL PATRIMONIO	28963,7
OTROS ACTIVOS	2688,0		
Gastos Constitución y puesta en marcha	2688,0		
TOTAL ACTIVOS	28963,7	TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	28963,7

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Cuadro No 5.22

Nombre: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Senderos	7125,0	7308,8	7497,4	7690,8	7889,2
Camping	3385,8	3473,2	3562,8	3654,7	3749,0
Parqueo	570,0	584,7	599,8	615,3	631,1
Rappel	22543,5	23125,1	23721,8	24333,8	24961,6
Cabalgatas	9142,8	9378,7	9620,7	9868,9	10123,5
Ciclismo de Montaña	6327,0	6490,2	6657,7	6829,5	7005,7
TOTAL INGRESOS	49094,1	50360,7	51660,0	52992,9	54360,1
EGRESOS					
<u>Gastos Administrativos</u>					
Sueldos y Salarios	15840,0	16248,7	16667,9	17097,9	17539,0
Beneficios Sociales	5508,8	5650,9	5796,7	5946,2	6099,6
Servicios Básicos	792,0	812,4	833,4	854,9	877,0
Gasto Arriendo	600,0	615,5	631,4	647,6	664,4
Suministros de Oficina	83,4	85,6	87,8	90,1	92,4
Gasto publicidad	1478,6	1516,7	1555,9	1596,0	1637,2
Pago de obligaciones turísticas	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0
Depreciaciones	1850,7	1850,7	1441,4	1171,4	1171,4
Amortizaciones	537,6	537,6	537,6	537,6	537,6
Mantenimiento General	578,5	578,5	578,5	578,5	578,5
TOTAL Gastos Administrativos	27439,6	28066,6	28300,5	28690,3	29367,1
<u>Gastos Operacionales</u>					
Pago a Guías	2850,0	2923,5	2999,0	3076,3	3155,7
Útiles de Limpieza	103,0	105,6	108,3	111,1	114,0
Mantenimiento senderos	2850,0	2923,5	2999,0	3076,3	3155,7
TOTAL Gastos Operacionales	5803,0	5952,7	6106,3	6263,8	6425,4
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	15851,5	16341,4	17253,3	18038,8	18567,6
Participaciones 15%	2377,7	2451,2	2588,0	2705,8	2785,1
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	13473,8	13890,2	14665,3	15333,0	15782,4
Impuestos 25%	3368,5	3472,6	3666,3	3833,2	3945,6
UTILIDAD O PÉRDIDA	10105,4	10417,7	10999,0	11499,7	11836,8

FLUJO NETO DE EFECTIVO ACUMULADO

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO NETO EFECTIVO ACUMULADO
0	-28963,7	-28963,7
1	12493,7	-16470,1
2	12806,0	-3664,1
3	12978,0	9313,9
4	13208,7	22522,6
5	32210,9	54733,5
PERÍODO DE RECUPERACIÓN		Año 3

MÉTODOS ALTERNATIVOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS

- TIEMPO DE RECUPERACIÓN:

AÑO 3

- VAN:

\$24 096,7

- TIR:

41 %

- COSTO- BENEFICIO:

1,83

PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS.

COSTOS VARIABLES.

INGRESOS.

NÚMERO DE CLIENTES.

$Q = 1720$ CLIENTES.



REALIZADO POR

ISABEL GUTIÉRREZ.